Mujeres en la RADIO

“Yo no deseo que las mujeres tengan poder sobre los hombres, sino sobre ellas mismas”
Mary Wollstonecraft

Mujeres en la radio: una apuesta por el cambio social desde el empoderamiento femenino

KAREN JOHANNA SAAVEDRA SEGURA

Trabajo de grado para optar a título de Magister en Comunicación

Director de Tesis:

Manuel Jair Vega Casanova

UNIVERSIDAD DEL NORTE

DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Maestría en Comunicación

BARRANQUILLA

2017

Agradezco a Dios, por su infinita misericordia y amor. A mi madre, por su apoyo incondicional en este desafío, por ser la primera en motivarme a continuar mis estudios. Agradezco también a mi futuro esposo por su comprensión, paciencia y respaldo, y a mi querido hermano por ayudarme cuando más lo necesité.

Agradezco a la Universidad de la Costa CUC y a cada una de las mujeres que creyeron e hicieron parte del Proyecto, sin ellas nada de esto sería posible. Gracias también a mi querido tutor Jair Vega, por sus palabras de aliento, paciencia, dedicación y por creer en mi durante todo este tiempo.

Tarda en llegar, y al final, al final… hay recompensa.

Gustavo Adrián Cerati Clark, 1993.

Zona de Promesas.

Contenido

1. Introducción

La presente investigación surge como tesis de la Maestría en Comunicación de la Universidad del Norte, y estuvo orientada a establecer los cambios en la agencia personal y empoderamiento de mujeres de 17 a 24 años que se vinculan a procesos de radio participativa, a partir de cinco objetivos específicos: 1) determinar el grado de agencia personal y empoderamiento de 20 mujeres, al inicio de la experiencia de radio participativa; 2) involucrar a las mujeres durante cuatro meses a un proceso de radio participativa que incluye los componentes de producción de contenidos y visibilización a través de medios sociales y de comunicación masiva; 3) determinar el grado de agencia personal y empoderamiento de las mujeres al final de la experiencia de radio participativa; 4) establecer las diferencias significativas en la agencia personal y empoderamiento de las mujeres, antes y después de la experiencia de radio participativa; 5) establecer los cambios más significativos en la agencia personal y empoderamiento a partir de la mirada de las participantes.

Partiendo del estado del arte se llevó a cabo un proceso de revisión de la literatura publicada alrededor de dos conceptos centrales: la agencia y el empoderamiento, ambos desde distintos campos de acción. En relación con la agencia se encontró que temas como la superación de la pobreza, el desarrollo económico y el desarrollo humano, han sido tendencias en las investigaciones o publicaciones en los últimos veinte años; con respecto al empoderamiento, se identificaron dos grandes enfoques: el primero vinculado a la corriente pedagógica de la educación popular de Paulo Freire en los años 60, que apuesta por una toma de conciencia que invita a una revisión de estructuras y del sistema establecido; el segundo surge a raíz de la extensión del

término que llega a las distintas agencias de cooperación para el desarrollo y se aplica a diversos colectivos vulnerables como objetivo de intervención,

De igual forma, las dimensiones propuestas por Malhotra, Schuller y Boander (2002) hace más de una década se utilizaron en el estado del arte, como referente para clasificar u organizar los estudios o investigaciones sobre el empoderamiento femenino, hallados en la revisión de la literatura.

Por otro lado, a nivel metodológico la presente investigación se llevó a cabo a partir de un diseño mixto, el cual implicó combinar los enfoques cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Se desarrolló un estudio de tipo correlacional y cuasi experimental (antes/después) en donde se estableció una medición previa a la intervención y otra posterior; en este caso no existió un grupo de control o de comparación que no recibiera la intervención y que se evaluara también antes y después.

En este estudio participaron 20 mujeres de 17 a 24 años, estudiantes de carreras técnicas y profesionales, y de estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Barranquilla, quienes se inscribieron a través de una convocatoria en medios sociales dado su interés por un medio de comunicación como la radio.

De otro lado, se desarrollaron conceptos claves como: la radio participativa, comunicación, desarrollo y cambio social, radio digital, y agencia personal y empoderamiento. A continuación, se despliegan once capítulos que dan cuenta del proceso de investigación, iniciando con un recorrido por la literatura reciente entorno a la agencia personal y empoderamiento en el capítulo 2, seguido por la pregunta de investigación y despliegue del planteamiento del problema en el

capítulo 3; de igual forma, en el capítulo 4 se llevó a cabo la justificación que sustenta esta propuesta de investigación y en el capítulo 5 se plantea la hipótesis del estudio.

En el capítulo 6 se describen el objetivo general y los cinco objetivos específicos, mientras que en el capítulo 7 se profundizó en los referentes teóricos que dan soporte a este estudio; asimismo, en el capítulo 8 se desplegó el diseño metodológico.

En los capítulos 9 y 10 se llevó a cabo el análisis de los resultados en los que se establecieron los cambios en la agencia personal y empoderamiento de las jóvenes que se vincularon a la experiencia de radio participativa, y se realiza la integración con la teoría a manera de discusión.

En el capítulo 11 se plantean las principales conclusiones del estudio, sus limitaciones y contribuciones a la comunicación con enfoque de cambio social; al final se incluyeron las referencias bibliográficas empleadas en el desarrollo de este documento, y luego se anexan los registros fotográficos del Proyecto “Mujeres en la Radio” al igual que el formato de la Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE y el taller realizado durante la Evaluación Participativa (EP).

2. Estado del Arte

Para abordar el objeto de estudio de la presente investigación se llevó a cabo un proceso de revisión de la literatura publicada en los últimos veinte años, alrededor de dos conceptos centrales: la agencia y el empoderamiento, ambos desde distintos campos de acción.

Inicialmente en relación a la agencia se encontró que es un término referenciado en diversas áreas del conocimiento como la economía, los estudios de género y la psicología; además, la literatura centrada en esta temática, lo vincula a elementos como: libertad, motivación, toma de decisiones, elecciones, autoeficacia, autonomía, autodeterminación y control; también, se identifica en el análisis de la producción científica, la relación entre el empoderamiento y agencia, y el énfasis en que ambos conceptos no son iguales, difieren entre sí.

Para Sen (1985) la agencia representa "aquello que una persona tiene la libertad de hacer y lograr en búsqueda de las metas o valores que él o ella considere importantes" (p.203), por su parte, Malhotra, et al. (2002) proponen que los recursos y la agencia son componentes del empoderamiento comúnmente enfatizados en la literatura y aclaran que los recursos no son tratados como empoderamiento en sí, sino como catalizadores o condiciones en las que es probable este se produzca. Asimismo, indican que la agencia abarca la habilidad de formular opciones estratégicas y controlar los recursos y las decisiones que afectan los resultados importantes de la vida.

Por otra parte, en relación a la noción de empoderamiento autores como Rappaport (1981), uno de los primeros en proponer el término de empoderamiento, "empowerment" o potenciación, determina que es un proceso el cual implica que la gente, organizaciones y comunidades adquieren control y dominio de sus vidas, es decir, no se conciben a las personas como "niños con

necesidades o simples ciudadanos con derechos que deben ser defendidos por un agente externo, sino como seres humanos integrales que tienen necesidades y derechos, que son capaces de tomar el control sobre sus propias vidas" (citado en Silva y Martínez, 2004*)*.

Por su parte, Friedman (1992) considera que el empoderamiento se relaciona con el acceso y control de tres tipos de poder: el primero, es social y se entiende como el acceso a la base de riqueza productiva, el segundo tiene que ver con el acceso de las personas al proceso de toma decisiones, es decir, un poder político, y finalmente el sentido de potencialidad y capacidad individual, que se traduce en un poder psicológico.

2.1 Superación de la pobreza, desarrollo económico y desarrollo humano: temáticas recurrentes en la investigación de la agencia en las últimas dos décadas.

Al abordar la literatura sobre la agencia se encontró que temas como la superación de la pobreza, el desarrollo económico y el desarrollo humano, han sido tendencias en las investigaciones o publicaciones en los últimos veinte años. Bajo esta perspectiva, en la primera década de 2000, Narayan (2002) propuso que el cambio de las relaciones institucionales desiguales, en las leyes, procedimientos reglamentos valores y ética que guían el comportamiento de los funcionarios públicos y del sector privado, además de la presencia de ciudadanos bien informados y organizados, pueden crear condiciones que permitan a los hombres y mujeres pobres ejercer su agencia.

Asimismo, Narayan (2002) identificó que el empoderamiento es relevante a nivel individual y colectivo, y está asociado a términos tales como, el control, la toma de decisiones, la fuerza y el poder personal, la capacidad de luchar por los derechos propios, la independencia y la vida digna en concordancia con los propios valores de la persona. Esta autora también propone,

cuatro elementos principales del empoderamiento, en los esfuerzos exitosos de empoderar a lo sujetos en condición de pobreza: el acceso a la información, la inclusión y participación la rendición de cuentas, responsabilidad y la capacidad organizacional local.

Por otro lado, investigaciones como la de Newman (2005) cuestionaron la importancia del capital social como un indicador primario de la capacidad de una comunidad para involucrarse en el desarrollo sostenible, y sugirieron que la agencia es un factor que permite a un individuo o grupo aumentar el acceso a otras formas de capital para superar barreras y resolver problemas; asimismo, identificaron que la agencia es necesaria para que los ciudadanos puedan adaptarse a su entorno sociocultural y para responder o trascender a las tragedias o crisis.

Estudios como el de Alkire (2005) revisaron las medidas subjetivas cuantitativas de la agencia humana a nivel individual e introdujeron estudios psicológicos transculturales a gran escala, de autodirección, autonomía, autoeficacia y autodeterminación. Dichos estudios y enfoques se han desarrollado en gran medida a lo largo de una trayectoria académica independiente del desarrollo económico y la literatura de reducción de la pobreza, pero para esta autora pueden ser bastante significativos en la elaboración de indicadores apropiados de empoderamiento individual o de agencia humana.

Autores como Bandura (2006) discutieron además las propiedades básicas de la agencia humana, las diferentes formas que toma, su condición ontológica y epistemológica, su desarrollo y su papel en las estructuras causales, su creciente primacía en el proceso de coevolución y su ejercicio influyente en niveles individuales y colectivos en diversas esferas de la vida y de los sistemas culturales.

Por otra parte, Alkire e Ibrahim (2007) continuaron las pesquisas en relación con la agencia y propusieron en un nuevo estudio una corta lista de indicadores internacionales comparables de agencia individual y empoderamiento, los cuales según las autoras deberían permitir a los investigadores explorar la relación entre el empoderamiento y el desarrollo económico y humano. La lista de indicadores propuesta incluye elementos como el control sobre las decisiones, autonomía, toma de decisiones en el hogar y la habilidad de cambiar aspectos de la vida a nivel individual y comunitario.

Tiempo más adelante, Narayan y Petesch (2007) destacaron que el empoderamiento es un proceso dinámico, afectado por cambios en los valores, reglas o normas, y consiste en aumentar las oportunidades para que los grupos económicamente desfavorecidos puedan tomar decisiones y escapar de su situación de pobreza. Asimismo, plantearon que la agencia se trata de la capacidad de las personas para actuar de manera individual o colectiva para promover sus propios intereses.

Otras investigaciones (Espino, 2007) mostraron que, la agencia y el empoderamiento "surgen como complementarios o inherentes al análisis de la pobreza" (p.25) y desde una perspectiva de género, aseguró que la agencia puede considerarse como parte de las dimensiones del bienestar, "en tanto permite dar cuenta de procesos en los cuales las personas van gestionando su propia vida; se considera al actor pero también las circunstancias estructurales que lo constriñen y las resistencias y alternativas de actuación que se le plantean" (p.26).

Por su parte, Pick et al. (2007) orientados hacia el desarrollo humano, construyeron en México la Escala de Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE, en la cual propusieron que "el proceso de desarrollar agencia usualmente tiene implicaciones a nivel social. Una vez que la

agencia comienza a impactar en la familia, los colegas, las organizaciones y la comunidad, se convierte en empoderamiento" (Pick et al, 2007, p.297).

Este instrumento fue aplicado a una muestra de 1125 personas de las cuales 601 eran hombres y 316 mujeres. ESAGE está conformada por dos subescalas; agencia y empoderamiento, con valores de consistencia interna (Alpha de Cronbach de .718 y .749 respectivamente) e incorpora reactivos agrupados en las variables de autoeficacia, autodeterminación, control sobre mis conductas, pensamiento independiente, identificación de necesidad de cambio, miedo al éxito, reconocimiento del aprendizaje, percepción del contexto y control sobre el entorno.

A finales de la primera década de 2000, Samman y Santos (2009) identificaron que los conceptos de agencia y empoderamiento han atraído cada vez más la atención en la literatura sobre el desarrollo y en las políticas dirigidas a la reducción de la pobreza, y encontraron que las evidencias empíricas sobre agencia y empoderamiento surgieron en los años 90. Asimismo, estas autoras establecieron un marco conceptual a partir de los enfoques dominantes utilizados para entender el empoderamiento, sus rasgos constitutivos y su carácter multidimensional. Si bien el empoderamiento ha sido utilizado con mayor frecuencia para explorar la posición relativa de las mujeres con respecto a los hombres, el marco debe aplicarse a la compresión de la posición de todos los individuos y grupos desfavorecidos en otros ejes.

Estudios como los de Welzel e Inglehart (2010) demostraron empíricamente la evidencia de la siguiente secuencia: (1) en respuesta a la ampliación de las oportunidades de vida, las personas ponen mayor énfasis en los valores emancipatorios (2) en respuesta a un mayor énfasis en los valores emancipatorios, los sentimientos de agencia ganan mayor peso en la satisfacción

de la vida de la gente (3) en respuesta a un mayor impacto de los sentimientos de la agencia en la satisfacción de la vida, el nivel de la satisfacción de la vida se eleva.

En lo que a la agencia, empoderamiento y participación se refiere Ponce, Rodríguez y Mercado (2010) reflexionaron sobre las relaciones entre estos tres términos, como "formas de superar relaciones clientelares y desigualdades, y como factores esenciales del desarrollo humano" (p.81); además hicieron una revisión de tres grandes enfoques de la psicología: conductista, psicodinámico y humanista, con el fin de identificar un abordaje psicosocial del constructo de agencia que sea compatible con la idea del desarrollo como libertad propuesta por Sen (2010).

Por su parte Pick, García y Leenen (2011) evaluaron en México un modelo piloto basado en el programa *"yo quiero y yo puedo… mejorar mi salud y ejercer mis derechos",* que busca modificar conductas alimentarias y sanitarias en habitantes de comunidades marginadas, por medio del desarrollo de habilidades y conocimientos psicosociales orientados a desarrollar la agencia personal y el empoderamiento intrínseco.

Dicha evaluación mostró un efecto sobre los conocimientos, comunicación asertiva, agencia personal y toma de decisiones en su población objetivo con resultado del programa, y según los investigadores las habilidades psicosociales, conocimientos y agencia personal ofrecen oportunidades para superar la pobreza.

Por otro lado, según el reporte del Banco Mundial (2012) "Gender, Equiality and Development" el crecimiento económico puede promover el ejercicio de la agencia de las mujeres eliminando las limitaciones financieras, aumentando las oportunidades e ingresos autónomos, y mediante la ampliación de los servicios y la infraestructura. Pero su impacto general depende del mayor acceso de las mujeres a sus propios ingresos y oportunidades económicas. Este reporte

también evidenció que parte de la asociación entre los ingresos del país y la agencia de mujeres está relacionada con la expansión de la infraestructura. De hecho, debido a su papel como cuidadoras, las mujeres y las niñas tienden a enfrentar importantes limitaciones en su tiempo y movilidad física que las inversiones en electricidad, agua, carreteras y servicios de transporte pueden mitigar.

Estudios como los de Kabeer et al. (2013) adoptaron como marco conceptual la capacidad de elección y la agencia como elemento central para la comprensión del empoderamiento de la mujer, y plantearon que, dichas capacidades les permiten a los diferentes grupos de mujeres emprender acciones para desafiar las restricciones de género que limitan sus opciones y oportunidades de vida. Asimismo, los resultados del estudio sugirieron que el crecimiento económico por sí solo no promueve la igualdad de género a menos que los patrones de crecimiento generen empleos de calidad razonables para las mujeres, y el grado en que se logre una mayor igualdad de género dependerá de las acciones del Estado y la sociedad civil.

Otras investigaciones, (Khader, 2014) argumentan que la definición del empoderamiento femenino como expansión de la agencia ignora el hecho de que las mujeres pueden aumentar su capacidad para lograr el bienestar al internalizar y desempeñar papeles subordinados, es decir, que las intervenciones contra la pobreza no solo pueden reducir la aceptación de la mujer de su subordinación sino pueden aumentarlo. Aquellas intervenciones que conceden nuevas recompensas materiales a la auto-subordinación pueden generar nuevos incentivos para comprometerse en dicho comportamiento.

Para Khein (2014) existe un gran déficit en la teorización de los elementos psicológicos de la agencia y el empoderamiento en la literatura de desarrollo, el empoderamiento se define generalmente como una estructura de oportunidad favorable, como elección o como la distribución del poder; incluso, un examen de la literatura psicológica revela una falta de investigación empírica relacionada con los contextos no occidentales y la política de desarrollo.

Finalmente, Hanmer y Klugman (2015) encontraron que las nociones centrales en relación a la agencia están bien establecidas en la literatura académica, pero el progreso en el escenario empírico ha enfrentado grandes desafíos alrededor del desarrollo de mediciones manejables y disponibilidad de datos. Esto, según los autores ha limitado la comprensión sobre los patrones de la agencia y el empoderamiento de las mujeres.

A continuación, se presenta una tabla que resume las principales investigaciones alrededor de la agencia, desde el enfoque de la superación de la pobreza, desarrollo económico y desarrollo humano, de acuerdo a lo señalado por los autores citados en párrafos anteriores.

Tendencia	Periodo	Autores	Variables / Categorías
Superación de la pobreza desarrollo económico y desarrollo humano	Primera década de 2000	Narayan (2002)	Control, toma de decisiones, libertad de elección.
		Newman (2005)	Capital social.
		Alkire (2005)	Medidas subjetivas cuantitativas de la agencia humana a nivel individual.
		Bandura (2006)	Propiedades básicas de la agencia humana, las diferentes formas que toma, su condición ontológica y epistemológica.
		Ibrahin y Alkire (2007)	Control sobre las decisiones, autonomía, toma de decisiones en el hogar. Cambios en aspectos de la vida a nivel individual y comunitario
		Narayan y Petesch (2007)	Capacidad de las personas para actuar de manera individual o colectiva para promover sus propios intereses
		Espino (2007)	Pobreza y bienestar
		Pick et al. (2007)	Autodeterminación, control, autonomía, autorregulación.
		Samman y Santos (2009)	Educación, estatus del empleo, propiedad de la tierra, participación en microcréditos y estatus socioeconómico
	Segunda década de 2000	Welzel e Inglehart (2010)	Ampliación de las oportunidades, valores emancipatorios, satisfacción con la vida de la gente.
		Ponce, Rodríguez y Mercado (2010)	Idea del desarrollo como libertad (Sen, 2010)
		Pick, García y Leenen (2011)	Conocimientos, comunicación asertiva, toma de decisiones.
		Banco Mundial (2012)	Ampliación de los servicios, expansión de la infraestructura.
		Kabeer et al. (2013)	Capacidad de elección, crecimiento económico, igualdad de género.
		Khader, (2014)	Recompensas materiales a la auto-subordinación.
		Khein (2014)	Déficit en la teorización de los elementos psicológicos de la agencia y el empoderamiento en la literatura de desarrollo.
		Hanmer y Klugman (2015)	Educación y crecimiento económico.

Tabla No1. Fuente: Elaboración propia

2.2 Empoderamiento: abordaje y dimensiones

En relación con la literatura acerca del empoderamiento se encontró que entre las diversas nociones que existen sobre el término, se pueden diferenciar dos grandes enfoques (Soler et al., 2014), el primero vinculado a la corriente pedagógica de la educación popular de Paulo Freire, en los años 60, que apuesta por una toma de conciencia que invita a una revisión de estructuras y del sistema establecido; en esta primera clasificación, plantean también estos autores, la vinculación de las propuestas del enfoque feminista del empoderamiento, el cual implica tanto cambios individuales como acciones colectivas. El segundo enfoque surge a raíz de la extensión del término que llega a las distintas agencias de cooperación para el desarrollo y se aplica a diversos colectivos vulnerables como objetivo de intervención, "significando un incremento de la capacidad individual para ser más autónomos y autosuficientes, depender menos de la provisión estatal de servicios o empleo y tener más espíritu emprendedor para crear microempresas y empujarse uno mismo en la escala social" (Soler et al., 2014, p.53).

Llegado a este punto, es importante señalar que en la literatura sobre empoderamiento existen dos grupos que han captado una mayor atención: las mujeres y los pobres. En un artículo de 1990, Amartya Sen, se centró en las consecuencias extremas de la pérdida de poder de las mujeres en varios países en desarrollo y destacó que más de 100 millones de mujeres fueron "denigradas" debido a la discriminación sistemática contra ellas, Sen atribuye a esta situación la falta de "estatus y poder" en las mujer, y a su vez propone que podría verse favorecida si tiene oportunidades como el empleo remunerado fuera del hogar o la alfabetización; cabe resaltar que, el género no es el único eje en el cual se puede producir la falta de poder, también podría estar determinada por la edad, etnia, religión y otros factores (Samman y Santos, 2009).

Por su parte, autores como Aguayo y Lamelas (2012), consideran que el empoderamiento femenino es un proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, lo que implica una evolución en la concientización de las mujeres sobre su estatus y su eficacia en las interacciones sociales.

Investigaciones como la de Malhotra, Schuller y Boander (2002) revelan que el empoderamiento es un término debatido al que se le ha atribuido una amplia variedad de definiciones en diversos contextos socioeconómicos; sin embargo, a pesar de la confusión en la retórica y la terminología, hay un mayor consenso en la literatura teórica sobre lo que significa el empoderamiento y cómo debería ser conceptualizado e incluso operacionalizado. De igual forma, Malhotra, Schuller y Boander (2002) sugieren que el empoderamiento de las mujeres debe ocurrir en seis dimensiones específicas: económica, sociocultural, familiar / interpersonal, legal, política y psicológica. Además, plantean que estas dimensiones tienen un alcance muy amplio y, dentro de cada dimensión, hay una serie de subdominios en los cuales las mujeres pueden estar facultadas. Por ejemplo, la dimensión "sociocultural" abarca una serie de subdominios de empoderamiento, desde sistemas matrimoniales hasta normas relativas a la movilidad física de las mujeres o sistemas y redes de apoyo social no familiares a disposición del género femenino. Para operacionalizar estas dimensiones se deben considerar indicadores en varios niveles de agregación social como el hogar y la comunidad, así como los niveles regionales, nacionales e incluso globales. A continuación, se presenta una tabla que resume estas dimensiones con sus respectivos indicadores.

Dimensión	Familia	Comunidad	Grandes Escenarios
Económica	Control de la mujer sobre los ingresos; Contribución relativa al apoyo familiar; Acceso y control de los recursos de la familia.	Acceso de las mujeres al empleo; Propiedad de bienes y tierras; Acceso al crédito; Participación y / o representación en asociaciones comerciales locales; Acceso a los mercados	Representación de las mujeres en empleos de alta remuneración; Mujeres Directoras ejecutivas. Representación de los intereses económicos de las mujeres en las políticas macroeconómicas, los presupuestos estatales y federales.
Socio-Cultural	Libertad de movimiento de las mujeres; Ausencia de discriminación contra las hijas; Compromiso de educar a las hijas.	Visibilidad de la mujer y acceso a los espacios sociales; Acceso al transporte moderno; Participación en grupos extra-familiares y redes sociales; Cambio en las normas patriarcales (como la preferencia de los hijos). Representación simbólica de la mujer a en mitos y rituales.	Alfabetización de las mujeres y acceso a una amplia gama de opciones educativas; Imágenes mediáticas positivas de las mujeres, sus papeles y contribuciones.
Familiar/ Interpersonal	Participación en la toma de decisiones nacionales; Control sobre las relaciones sexuales; Capacidad para tomar decisiones sobre la maternidad, uso de la anticoncepción, acceso al aborto; Control sobre la selección del cónyuge y el momento del matrimonio; Libres de la violencia doméstica.	Cambios en el matrimonio y los sistemas de parentesco que indican mayor valor y autonomía para las mujeres (por ejemplo, matrimonios a no temprana edad, selección propia de los cónyuges, reducción de la práctica de la dote, aceptación del divorcio); Campañas locales contra la violencia doméstica.	Apoyo político, legal y religioso (o falta de oposición activa) a tales cambios; Sistemas que facilitan el acceso a la anticoncepción, al aborto seguro, a los servicios de salud reproductiva.
Legal	Conocimiento de los derechos legales; Apoyo interno para ejercer derechos.	Movilización de la comunidad por los derechos; Campañas de sensibilización sobre derechos; Efectiva aplicación local del derecho legal.	Leyes que apoyan los derechos de las mujeres, acceso a recursos y opciones; Defensa de derechos y legislación; Uso del sistema judicial para reparar las violaciones de derechos.
Política	Conocimiento del sistema político y medios de acceso a él; Apoyo interno para el compromiso político; Ejercicio del derecho de voto.	Participación o movilización de las mujeres en el sistema político local / campañas. Representación en los órganos de gobierno locales.	La representación de las mujeres en los órganos de gobierno regionales y nacionales; Fuerza como un bloque de votación; Representación de los intereses de las mujeres en lobbies eficaces y grupos de interés.
Psicológica	Autoestima; auto-eficacia; bienestar psicológico.	Conciencia colectiva de la injusticia, potencial de movilización.	Sentido de inclusión y derecho de las mujeres; la aceptación sistémica de los derechos e inclusión de las mujeres.

Tabla No 2. Dimensiones del empoderamiento. Traducción propia. Fuente: Malhotra, Schuller y Boander (2002)

Cabe resaltar que las dimensiones propuestas por Malhotra, Schuller y Boander (2002) hace más de una década, se utilizaron en el presente estado del arte como referente para clasificar u organizar los estudios o investigaciones sobre el empoderamiento femenino, hallados en la revisión de la literatura; sin embargo, es necesario mencionar que las dimensiones identificadas no funcionan de manera separada sino que están relacionadas, es posible por ejemplo, que la dimensión familiar desencadene procesos de empoderamiento en una dimensión social/cultural o política.

De igual forma, es preciso señalar que la mayoría de los estudios consultados, fueron desarrollados con un enfoque cuantitativo e instrumentos de recolección de datos como encuestas y escalas tipo Likert. En algunos estudios se identificó el enfoque cualitativo y documental, utilizando estudios de caso, entrevistas, análisis de contenido, observación y análisis de documentos o reportes. En menor proporción se hallaron estudios con enfoques mixtos (cualitativo y cuantitativo).

2.2.1 Dimensión económica

En relación con la dimensión económica, se identificaron estudios orientados al análisis de la fuente de ingresos y gastos de las mujeres rurales, la influencia de la economía solidaria en el empoderamiento de las mujeres, la inserción laboral femenina y el capital humano en el empoderamiento económico y social de las mujeres adolescentes.

Por ejemplo, Can et. al (2007) a partir de una análisis de la relación entre fuente de ingreso y gasto de 92 mujeres campesinas de Calkmul, Campeche en México, hallaron que el dinero que obtuvieron las mujeres, proveniente de las ventas, trabajo o subsidios propios fue gastado en educación para sus hijos, bienes capital y gasto de lujo, en una mayor proporción que el dinero

recibido de sus compañeros sentimentales y otros familiares, el cual se distribuye de manera diferente al que ellas obtienen de forma independiente, como por ejemplo para bienes de consumo. Según los autores, esta relación permite discutir la importancia de la fuente de ingreso de las mujeres y su empoderamiento; además, los resultados sugieren que, aunque la pobreza limita la posibilidad de empoderamiento, no la impide.

Por otro lado, Hoinle, Rothfuss y Gotto (2013) examinaron la forma en que la economía solidaria inicia e influye en los procesos de empoderamiento de las mujeres. Para la recolección de datos se realizó una triangulación de métodos cualitativos: mediante la observación participante en talleres, análisis de material didáctico y tres diferentes tipos de entrevistas realizadas con actores de la Rede de Mulheres Emprendedoras da Região Metropolitana de Río de Janeiro, con representantes de distintas ONG y de instituciones públicas en diferentes niveles. En dicha investigación se identificaron procesos multidimensionales del empoderamiento: económico, personal, sociopolítico y espacial, este último, según los autores es relevante para transformar los roles de género en el contexto de mujeres tanto en espacios urbanos como rurales.

Por su parte, Bandiera et. al (2015) realizaron un estudio orientado a evaluar el Programa *The Empowerment and Livelihood for Adolescents (ELA)* enfocado a mejorar la vida de las niñas adolescentes a través de la provisión de dos dimensiones del capital humano: habilidades vocacionales y de la vida, en Uganda. Entre sus hallazgos se destaca que dicho Programa aumenta la probabilidad de que las niñas participen en actividades generadoras de ingresos en un 72% y aumentan un 38% sus gastos en bienes de consumo privado. El embarazo en adolescentes disminuye un 26%, y la entrada temprana en el matrimonio disminuye en un 58%, además la proporción de niñas que denuncian sexo en contra de su voluntad disminuye del 14% a casi la mitad de ese nivel y las edades aspiradas en el matrimonio y en la procreación son más avanzadas.

Los autores también sugieren que el empoderamiento económico y social de las mujeres puede ser impulsado a través de la provisión combinada de habilidades duras y blandas, en forma de habilidades vocacionales y de vida.

Investigaciones más recientes, como la de Espino y Sauval (2016) hallaron través de la aplicación de modelos de probabilidad a cinco etapas características de la inserción laboral de los trabajadores en Chile, que existen barreras culturales derivadas de la tradicional división sexual del trabajo que limitan la oferta de trabajo para las mujeres y condicionan una inserción laboral no solo informal sino de menor calidad a comparación de los hombres; además, comprobaron que mecanismos institucionales y de mercado reproducen dichas limitaciones a través de factores de segregación o discriminación.

2.2.2 Dimensión sociocultural

En relación con la dimensión sociocultural, se identificaron investigaciones orientadas al análisis de la imagen de la mujer en la publicidad y medios de comunicación y la participación del género femenino en proyectos que fomentan el empoderamiento a nivel psicológico, organizacional y/o comunitario.

Fernández (2008) estudió las representaciones de la mujer y la violencia de género en la publicidad española difundida en medios de comunicación, haciendo uso de técnicas como las entrevistas abiertas semidirectivas y el análisis de contenido, y comprobó que las campañas con las que se pretende luchar contra la violencia de género siempre han planteado los mismos temas, lejos de producir alternativas reales para las mujeres como por ejemplo impulsar su empoderamiento. La publicidad mantiene su discurso de protección o refugio a las mujeres, de victimización y violencia simbólica; además, la lectura que hacen las mujeres en la realidad, sobre

dichos discursos revela que “la asistencialidad está vacía y que se queda muchas veces sólo en el mensaje” (p.37).

Otras investigaciones como la de Martínez (2010), identificaron que existe una invisibilidad de la mujer en los medios de comunicación, y que dicha falta de visibilidad no contribuye al empoderamiento femenino, por el contrario afecta todas las facetas y áreas de la vida tanto individual como colectiva de las mujeres; además, existe la tendencia a reproducir roles de género convencionales asociados a la belleza y representar a las mujeres como objetos sexuales o como víctimas de la violencia de género, muy diferente a los hombres, que son representados como sujetos poderosos o competitivos.

Si bien se han presentado cambios en las prácticas o roles de mujeres y hombres a nivel familiar y social, estudios como el de Erazo et. al (2014) revelan que, en nuestro país, específicamente en el Hormiguero, Valle del Cauca, las mujeres afrocolombianas persisten en la valorar el papel masculino de proveedor económico, protector, soporte moral, autoridad o representación de la familia, y lo femenino asociarlo a los trabajos reproductivos; sin embargo, a pesar de esta situación, la investigación también identificó que las mujeres que participan en el proyecto de Autogestión comunitaria para el desarrollo psicosocial de este Corregimiento, han elevado su autoestima, reconocen sus propias cualidades y capacidades, y han desarrollado la habilidad para vincularse activamente a otros proyectos. El enriquecimiento personal además ha fortalecido sus capacidades de liderazgo y deseos de formarse de manera continua, y el sentirse útil en su comunidad.

Generar espacios de participación, dialogo e inclusión para las mujeres, puede fomentar en ellas procesos de empoderamiento a nivel individual y colectivo, por ejemplo, Caicedo y Solarte

(2015) identificaron en un estudio, que una organización sin ánimo de lucro colombiana, conformada por mujeres han logrado implementar exitosamente programas, proyectos y actividades en el marco de políticas públicas. El proceso de empoderamiento de la ONG con la comunidad ha aportado al bienestar de la mujer a nivel familiar y comunitario. “Las mujeres transformaron sus formas de percibirse y de percibir su realidad a partir de compartir valores sobre la opresión al género y la violencia contra la mujer, eso les permitió obtener salud mental, fortalecerse en la ayuda mutua” (p.1614).

2.2.3 Dimensión familiar

En lo que a la dimensión familiar se refiere, se identificaron estudios orientados a analizar los riesgos de las mujeres de tener relaciones sexuales no deseadas dentro del matrimonio, el uso de servicios de planificación familiar y la relación entre la autonomía y el uso de métodos anticonceptivos.

Según Casique (2006) gran parte de las investigaciones sobre la violencia sexual contra la mujer se han enfocado en la población juvenil y soltera, pero hay pocas evidencias sobre los factores y consecuencias de las relaciones sexuales no deseadas durante el matrimonio; bajo esta perspectiva, un estudio en México exploró los factores que incrementan o disminuyen las probabilidades de que las mujeres casadas tengan relaciones sexuales forzadas o no deseadas, y se logró identificar tres factores relevantes en la determinación del sexo no consensuado durante el matrimonio:

> *El grado de autonomía de la mujer y su pertenencia a un estrato socioeconómico bajo (en comparación con un estrato muy bajo) reducen significativamente la probabilidad de sexo forzado, en tanto que el ser víctima de la violencia física de*

su pareja incrementa ampliamente dicha probabilidad. Este último resultado pone de manifiesto la estrecha conexión entre el sexo forzado y la violencia física y el uso de un tipo de violencia para lograr la otra (p.75).

Casique (2006) también considera que la violencia sexual en el matrimonio genera consecuencias negativas en la salud reproductiva de las mujeres como la probabilidad de pérdida del embarazo y la ausencia del placer durante las relaciones sexuales; asimismo, asegura que el empoderamiento femenino contribuiría a la reducción y eliminación de la violencia contra la mujer por parte de su pareja, aunque se identificó en estudios previos que las mujeres con mayor grado de autonomía tienen un mayor riesgo de ser víctimas de violencia psicológica por parte de sus compañeros sentimentales, lo cual, según la autora, sugiere que la relación entre el empoderamiento femenino y la violencia en la pareja es compleja.

De igual forma, en relación con la salud sexual y reproductiva de las mujeres, autores como Estrada et. al (2008) plantean que la anticoncepción brinda importantes beneficios en la calidad de vida al garantizar la decisión sobre cuando comenzar a utilizar un método anticonceptivo y cuál de estos métodos se adapta mejor a los propósitos reproductivos de cada sujeto; también, consideran que "la conducta y la salud reproductiva se relaciona estrechamente a la condición de género de los individuos y que la equidad de enero y el empoderamiento sexual y reproductivo son procesos paralelos" (p.479).

Por otro lado, estudios como los de Do y Kurimoto (2010) examinaron como la mejora del empoderamiento de las mujeres puede aumentar la probabilidad del uso de métodos de anticoncepción y evidenciaron que en algunos países de África como Zambia, Ghana y Uganda el empoderamiento de la mujer, la toma de decisiones económicas de los hogares, las preferencias

de fertilidad y la negociación de la actividad sexual tiene asociaciones directas con el uso de anticonceptivos.

Asimismo, Autores como Mostafa (2011) se centraron en examinar el efecto de la autonomía de las mujeres sobre el uso de anticonceptivos y la elección de métodos por parte de mujeres de Bangladesh. Los análisis estadísticos tanto bivariados como multivariados revelaron que cuanto mayor era la autonomía, mayor era la probabilidad de uso de un método de Planificación Familiar y que las mujeres preferían los métodos tradicionales y modernos; asimismo, se identificó que las restricciones del sistema social patriarcal y la supremacía del hombre en el ámbito familiar y en la sociedad en su conjunto, limita la participación de la mujer en el proceso de toma de decisiones, lo que resulta en bajos niveles de autonomía . Esto se refleja también en el nivel educativo y en la menor participación de la mujer en los empleos formales. Sólo el 9% del género femenino contaba con estudios de educación superior.

2.2.4 Dimensión legal

Con respecto a la dimensión legal del empoderamiento, se identificaron publicaciones como la de Fries (2000) en la cual se planteó un importante desafío para Latinoamérica y el Caribe: la promoción del conocimiento y ejercicio de los derechos por parte de las mujeres, quienes por tradición han sido ajenas a los procesos de creación de derechos; de igual forma, para esta autora, el Estado más que tratar de empoderar a las mujeres debe crear canales que faciliten el empoderamiento femenino sin obstáculos por parte del mismo sistema.

Por otra parte, Facio (2002) replanteó el derecho desde una perspectiva de género a partir de las teorías del movimiento feminista, socio-legal y social, y examinó los distintos campos del derecho y la práctica legar que requieren una nueva comprensión del enfoque de género. Para la

autora, el derecho es justo, solo necesita más mujeres, es decir, lo que se requiere es revertir la exclusión de la mujer de los espacios que han sido siempre propios de lo masculino, como el poder; sin embargo, la eliminación de las formas de discriminación contra la mujer no solo se limita a la incorporación de estas al poder, es una tarea compleja teniendo en cuenta que existen mujeres que se resisten a las manifestaciones sexistas. Es preciso señalar además que, de acuerdo a la autora, no todos los hombres desean mantener sus privilegios de género e incluso algunos han sido víctimas de violencia por parte de las mujeres, lo que demuestra que ambos géneros son grupos homogéneos, aunque al parecer el derecho parte de esa premisa.

Por su parte, Tomasevsky (2004) en cuanto a las formas de discriminación hacia la mujer, resalta que pueden presentarse tanto en la esfera privada como la pública, es acumulativa e influye en los derechos sociales y políticos, por ejemplo, es posible discriminar a una mujer por su religión sexo o raza y también por no ser soltera, tener hijos o porque su comunidad es gobernada por hombres que deciden el sitio o espacio en que la mujer debería estar, como el hogar. Por otro lado, Tomasevsky (2004) plantea que se han logrado importantes avances en el tema de derechos e igualdad de género; sin embargo, la garantía para todas las mujeres sigue siendo una enorme tarea para las organizaciones y personas que defienden los derechos humanos y de la mujer.

Por otra parte, un estudio realizado por Roy (2008) sobre el empoderamiento de la mujer a través del derecho de herencia, en la India, demostró que otorgar a las mujeres derechos de herencia iguales a los hombres aumenta su autonomía en sus relaciones conyugales. El efecto puede ser mayor para las mujeres cuya ocupación de sus esposos es complementaria a la forma de propiedad heredada, especialmente en zonas rurales; asimismo, para esta autora, una mayor autonomía femenina podría reflejarse en un mayor poder de negociación en la toma de decisiones en el hogar.

2.2.5 Dimensión política

Para Buvinic y Roza (2004) América Latina ha tenido un importante crecimiento, de más del 50% en el número de mujeres en posiciones de poder político o toma de decisiones. Dichos avances pueden obedecer a la apertura cultural, mejoras en el capital humano, la democratización o expansión educativa en los países de la región; sin embargo, no todas las mujeres han tenido el mismo beneficio, por ejemplo, las oportunidades de acceder a posiciones de poder son limitadas para las mujeres afrodescendientes, indígenas, en situación de pobreza o de origen rural, además, las mujeres siguen enfrentando situaciones económicas, sociales culturales y políticas desfavorables en relación a la representación en la política de forma igualitaria y plena.

De igual forma, las autoras identifican cuatro factores que podrían limitar el crecimiento e impacto del liderazgo político de las mujeres en Latinoamérica: la exclusión social, la falta de unión entre las mujeres, las barreras para acceder al poder y la falta de compromiso por parte del gobierno.

Por otro lado, Caputto (2008) analizó la relación entre la educación y la participación democrática de las mujeres en Colombia e identificó que la educación es fundamental en la "formación y adquisición de las capacidades que permita a la mujer tomar decisiones individuales y en conjunto de las libertades a las que tiene derecho y sobre las que puede participar" (p.119); sin embargo, dicha libertad se logrará solo si la educación en todos los ciclos permite que las mujeres adquieran capacidades que permitan su autonomía para la toma de decisiones, el participar en el ámbito de la política u opinar sobre los derechos y deberes.

En relación con la participación y empoderamiento de la mujer en escenarios o instituciones políticas, Khan y Ara (2006) concluyeron en una investigación realizada en Bangladesh, que las mujeres han adquirido un espacio legítimo en las instituciones políticas rurales que pueden elevar su posición marginada, aunque todavía son una minoría. Para los autores tener mujeres en los consejos no significa que automáticamente los intereses de las mujeres en la comunidad estén representados. Sin tener en cuenta las necesidades e intereses de las mujeres, sin oportunidades para que participen e influyan en la toma de decisiones, las intervenciones de desarrollo y la planificación de resultados sostenibles no serán una realidad. Sin embargo, tener mujeres en posiciones de liderazgo es un paso importante en el cambio de la agenda política dominada tradicionalmente por los hombres. Por lo menos tienen la oportunidad de asistir a las reuniones, interactuar con los funcionarios y participar en importantes debates y asegura su movilidad a través de la jerarquía social. De igual forma, para Khan y Ara (2006) el empoderamiento es un concepto útil porque hace hincapié en la idea de las mujeres como agentes activos en lugar de recibir pasivamente las estrategias de desarrollo, por consiguiente, la participación se considera como un primer paso esencial para empoderar a las mujeres.

Por su parte, Novo (2010) también identificó en un estudio, considerables avances en la participación de la mujer en el ámbito político y la necesidad de resolver los problemas sociales y culturales entorno a los prejuicios o sesgos que limitan el empoderamiento político de la mujer; asimismo, resaltó que, “persiste una diferencia de estatus simbólica entre los sexos, según el cual las mujeres necesitan sobre cualificarse, demostrar que son más de lo que se espera de ellas” (p.699); además, las mujeres tienen dificultades para mantener un equilibrio entre sus ocupaciones y la vida privada, lo que las lleva a renunciar a sus aspiraciones o deseos. La disponibilidad de tiempo que requieren los puestos más elevados obedece al universo de trabajo masculino, es decir

incluye horarios vespertinos o nocturnos que por lo general las mujeres no pueden cumplir o manejar.

2.2.5 Dimensión Psicológica

En relación con la dimensión psicológica, se identificaron investigaciones orientadas hacia diferentes grupos femeninos, como, por ejemplo, mujeres que han violado la ley o están en prisión, beneficiarias de proyectos de empoderamiento y población en general.

Inicialmente, Pollack (2000) examinó diversos conceptos de "empoderamiento" y criticó la manera en que se está adoptando actualmente para describir las necesidades y experiencias de las mujeres que violan la ley o están en prisión. Específicamente, se centró en las implicaciones de una noción predominantemente psicológica de empoderamiento sobre cómo concebimos la agencia y las elecciones de las mujeres. Para esta autora, las mujeres encarceladas, muchas de las cuales han sobrevivido a la victimización sexual o física, la baja autoestima ha sido denominada en el léxico correccional como una "necesidad criminogénica", un factor que se considera directamente relacionado con las razones o motivos de la mujer para cometer su crimen. Por ende, el aumento de la autoestima de una mujer se considera una parte importante para reducir su riesgo de reincidencia.

Por otro lado, Delgado et. al (2010) se centraron en analizar los procesos de cambios identitarios y de empoderamiento en un grupo de mujeres beneficiarias de un Proyecto de Empoderamiento en Guanajuato, México, con el fin de conocer el vínculo entre ambos procesos. Como resultado se halló que las actividades del Proyecto repercutieron en la forma en como las mujeres se ven a sí mismas, de responder ante conflictos y percibir su entorno e influyó en diversos

ámbitos de su vida como personal, familiar y laboral; de igual forma, se identificó como uno de los principales obstáculos para las mujeres durante su participación en el Proyecto, el tener que romper con roles establecidos y cambiar patrones para poder abrirse a sus expectativas y anhelos.

Por su parte, Banda y Morales (2015) identificaron que incrementar el empoderamiento psicológico permite construir procesos de resiliencia para afrontar la adversidad o adaptarse a nuevas situaciones, y dicho empoderamiento "es un indicador de que los individuos están tomando acciones colectivas como componente comportamental, y este a su vez influye el componente intrapersonal para generar un cambio social o político" (p.17).

A continuación, se presenta una tabla que resume las investigaciones consultadas en el proceso de revisión de la literatura, y las cuales fueron ubicadas de acuerdo con su objeto de estudio, en las distintas dimensiones del empoderamiento femenino, propuestas por, Malhotra, Schuller y Boander (2002).

Dimensión	Autores	Metodología	Variables/Categorías
Económica	Can et. al (2007) Hoinle, Rothfuss y Gotto (2013) Bandiera et. al (2015) Espino y Sauval (2016)	Metodologías cuantitativas (encuestas, modelos probabilísticos) y cualitativas (observación participante, entrevistas y análisis de material didáctico).	*Fuente de ingresos y gastos. *Economía solidaria. *Inserción laboral. *Capital humano, habilidades vocacionales y de la vida.
Socio-Cultural	Romero (2008) Martínez (2010) Erazo et. al (2014) Caicedo y Solarte (2015)	Metodologías cualitativas (Entrevistas semiestructuradas, entrevistas en profundidad, grupos focales, análisis de contenido).	*Representaciones de la mujer y la violencia de género en la publicidad. *Visibilidad de la mujer de diferentes culturas en la sociedad y medios de comunicación masiva. *Autogestión comunitaria. *Políticas públicas
Familiar/ Interpersonal	Casique (2006) Estrada et. al (2008) Do y Kurimoto (2010) Mostafa (2011)	Metodologías cuantitativas (Encuestas, análisis multivariado).	*Factores asociados al riesgo de sexo forzado en mujeres casadas. *Uso de servicios de Planificación familiar. *Uso de anticonceptivos.
Legal	Fries (2000) Facio (2002) Tomasevsky (2004) Roy (2008)	Metodologías cuantitativas (encuestas) y revisión documental.	*Aportes y desafíos de los derechos de las mujeres. *Empoderamiento y derecho de herencia.
Política	Buvinic y Roza (2004) Khan y Ara (2006) Caputto (2008) Novo (2010)	Revisión documental, metodologías cualitativas.	*Participación de la mujer en puestos de poder. *Liderazgo político *Toma de decisiones. *Educación y democracia.
Psicológica	Pollack (2000) Delgado et. al (2010) Banda et. al (2015)	Metodologías cuantitativas (encuestas y escalas tipo Likert) y cualitativas (entrevistas, relatos de vida y observación).	*Autonomía. *Cambios identitarios. *Empoderamiento intrapersonal y comportamental.

Tabla No 3. Fuente: Elaboración propia

3. Planteamiento del problema

Al hacer un proceso de revisión de la literatura sobre los cambios que se evidencian en la agencia personal y empoderamiento de la mujer, a partir de su participación en proyectos de Comunicación para el Cambio Social, se hallaron investigaciones desarrolladas por el campo de la psicología, los estudios de género y las ciencias económicas, pero no se encontraron investigaciones, sistematización de experiencias o evaluación de proyectos de comunicación con enfoque de cambio social, que evidenciaran cambios en estas dos variables.

> *Según la interpretación de Byrne (2008) una de las causas que ha dificultado la demostración de evidencias de los resultados de la Comunicación para el Cambio Social, ha sido el predominio que sobre el campo han tenido los paradigmas tradicionales, tanto de intervención como de evaluación, y sobre todo su resistencia a la innovación. Es decir, que aun cuando desde hace varias décadas los más grandes organismos de cooperación hayan superado los modelos de comunicación para el desarrollo basados en las teorías de la modernización (dedicados enteramente a imponer modelos de desarrollo externos), y hayan asumido modelos de comunicación en los que se reconoce y se respeta el saber local, se defiende el derecho a la información y a la participación, hasta el momento los resultados no han sido los esperados, las esperanzas puestas en el desarrollo no han cumplido las expectativas. (Beltrán, 2012)*

Sin embargo, es preciso indicar que la comunicación con enfoque de cambio social reconoce desde hace varios años la necesidad de conocer el impacto de sus proyectos o estrategias, desarrollar un conjunto de indicadores que indiquen si se han hecho progresos y

que determinen la naturaleza de la programación de los proyectos. (Gray-Felder y Deane,1999) De igual forma, este enfoque, como resultado de conferencias realizadas por el Departamento de Comunicaciones de la Fundación Rockefeller (Bellagio, Italia, 1997 y Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 1998), ha sugerido posibles indicadores para la medición de procesos comunicativos de carácter participativo, tales como: 1). Expansión de los diálogos, debates y foros públicos y privados; 2). Información más precisa al realizar diálogos/debates; 3) Disponibilidad de medios que le permitan a la gente o a las comunidades incorporar sus voces al debate y al dialogo; 4) Aumento en el liderazgo y en los aportes a la definición de la temática, por parte de los grupos que se encuentran en desventaja en el aspecto en discusión; 5) Resonancia entre los grandes temas de interés y los intereses cotidianos de las gentes; y 6). Vincular gentes y grupos que tengan intereses similares, y que de otra forma no entrarían en contacto.

Por su parte, Figueroa, Kincaid, Rani y Lewis (2002) plantean siete indicadores de resultados de cambio social: 1) liderazgo basado en facilitar la representación y la inclusión de los grupos sociales que siempre han estado excluidos; 2) grado y equidad de la participación; 3) equidad en la información; 4) autoeficacia colectiva; 5) sentido de propiedad; 6) cohesión social; y 7) normas sociales.

Ahora, si bien es cierto que existe un interés y esfuerzo por evidenciar los resultados de proyectos de comunicación con enfoque de cambio social, y de proponer indicadores para llevar a cabo estos procesos, se requiere desarrollar estudios, investigaciones y/o propuestas metodológicas que permitan establecer en los distintos proyectos, especialmente aquellos en los que participan o se vincula el género femenino, cambios en variables como el empoderamiento, un término que ha sido eje central del discurso de la Comunicación para el Cambio Social y de la práctica del desarrollo, y que además se relaciona con otros términos como la agencia.

La agencia es un proceso que ocurre en el nivel individual. No obstante, el proceso de desarrollar agencia usualmente tiene implicaciones a nivel social. Una vez que la agencia comienza a impactar en la familia, los colegas, las organizaciones y la comunidad, se convierte en empoderamiento. (Pick et. al, 2007, p.297).

Por otra parte, en relación con los proyectos que buscan empoderar a las mujeres a través de la comunicación, a nivel global se han desarrollado algunas iniciativas enfocadas en medios masivos como la radio, por ejemplo, en Ramalah, Cisjordania, fue lanzada en el 2009, la estación Radio Nisaa FM por Maysoun Odeh y la Fundación Womanity. Es la primera emisora de radio en lengua árabe para mujeres en el Medio Oriente, y busca formar y emplear a mujeres para facilitar su participación en la industria de los medios predominantemente masculina, las ondas de radio logran conectar a las mujeres con una comunidad de apoyo que promueve su empoderamiento y las ayuda a superar su aislamiento o a crear conexiones transformadoras.

Nisaa FM se identifica como una estación preocupada por lograr la igualdad de género en una sociedad patriarcal; sus programas se enriquecen con la participación del público a través de correos electrónicos y llamadas telefónicas, una pequeña red de corresponsables voluntarias proporciona actualizaciones y opiniones de diferentes lugares; además, cuentan con un sitio web que les permite ser escuchadas a través de internet y la actividad de medios sociales complementan la producción de la radio con noticias, historias, opiniones y comentarios de la audiencia.

Por otra parte, en Madrid, España, nace en el 2005 el proyecto “Mujeres en las Ondas”, una propuesta del Área de la Mujer de Radio Enlace 107.5 FM, para generar espacios de participación en donde las mujeres sean las protagonistas y se informe, entretenga o eduque desde una perspectiva de género; además, promueve a través de sus producciones radiofónicas el cambio

de roles y estereotipos sexistas. Asimismo, el proyecto permite la colaboración de cualquier mujer o colectivo que desee hacer uso de la radio como herramienta de cambio social, en el camino hacia el empoderamiento de la mujer y la igualdad.

"Mujeres en las Ondas" trabaja en dos líneas específicas, por una parte, se centra en la parte formativa de las mujeres en los talleres radiofónicos y por otro lado en la realización de programas dirigidos, producidos y coordinados por mujeres, quienes crean mensajes o contenidos de sensibilización social de género (Chocarro y Alfaro, 2007). Para escuchar los diferentes programas se puede ingresar a su sitio web (www.radioenlace.org) en donde se encuentran alojados algunos audios o a través de la frecuencia FM.

En el caso de Colombia, específicamente en la ciudad de Barranquilla, se han desarrollado algunas iniciativas como "Las Mujeres de mi Tierra" proyecto que hizo parte del programa Transfórmate Tú Mujer, de la Secretaría de las Mujeres y Equidad de Género de la Gobernación del Atlántico, durante el periodo 2012 – 2015, con el fin de promover el proceso de empoderamiento de la mujer a través de la radio. Como parte del proceso se contempló también la sensibilización al medio periodístico local sobre la importancia de dignificar a la mujer en los contenidos radiales y frenar el periodismo sexista y excluyente que promueven conductas violentas y denigrantes hacia la mujer.

Las mujeres que hicieron parte de la experiencia asistieron a talleres sobre medios comunitarios, la creación de historias para radio, edición y musicalización, la radio novela, y el magazine radial; sin embargo, teniendo en cuenta que fue un proyecto del sector público, el programa Transfórmate Tú Mujer y a su vez " Las Mujeres de mi Tierra" finalizó en el 2015 con el cambio de gobernación; de igual forma, se desconoce si existe una sistematización de la

experiencia o evidencia de los cambios que se generaron en el empoderamiento de las mujeres que vivieron el proceso de hacer radio, ya que al buscar en internet, bases de datos y recursos especializados no se halló registro alguno sobre monitoreo o evaluación de esta iniciativa.

Por otra parte, mujeres entre los 17 y 20 años, vinculadas a la emisora comunitaria Vokaribe, que emite desde el suroccidente de Barranquilla, dirigieron y produjeron el programa radial "Féminas en Actitud", iniciativa liderada por una estudiante de Comunicación Social, quien apoyaba la Emisora para fortalecer sus conocimientos en radio y trabajaba como asistente de producción en uno de los programas más escuchados de la emisora que ella y otras asistentes llamaban "El programa de los hombres".

"Féminas en Actitud" fue un espacio para abordar temáticas específicas de la mujer y destacar mujeres empoderadas, como eje del programa, pero a pesar de su labor durante un año, la iniciativa finaliza a raíz de los diferentes compromisos laborales y académicos de las participantes; además, no se realizó una sistematización y evaluación de la experiencia, lo que dificulta actualmente tener un conocimiento sobre el impacto que tuvo esta iniciativa en las mujeres involucradas en el Programa.

De lo anterior, se puede plantear la necesidad de una labor conjunta entre organizaciones sin ánimo de lucro, universidades, sector público y privado, para que proyectos o iniciativas como las mencionadas logren ser sostenibles a largo plazo, impacten a las comunidades de manera positiva, constante y promuevan resultados visibles para las mujeres de la Región Caribe. Habría que decir también que es importante llevar a cabo procesos de sistematización de experiencias, hacer monitoreo o seguimiento, y establecer resultados de este tipo de proyectos, con el fin de conocer el impacto de los medios de comunicación, específicamente la radio, como una

herramienta para el empoderamiento femenino, y de acuerdo a evidencias concretas lograr replicar estas estrategias o proyectos en otros escenarios, ya sea a nivel local, regional o nacional.

3.1 Pregunta problema

En coherencia con lo expuesto anteriormente y dada la necesidad de llevar a cabo estudios que evidencien los resultados de experiencias o estrategias que buscan empoderar a las mujeres a través de la comunicación, se propuso desarrollar en la ciudad de Barranquilla, el proyecto Mujeres en la Radio, una iniciativa en la que las participantes adquieren conocimientos sobre producción radial, definen los temas de los programas y crean sus propios contenidos radiofónicos que luego son compartidos a través de podcasts. Es un proceso participativo en el cual las involucradas proponen que quieren contar y cómo quieren hacerlo, conocen y comprenden sus derechos como mujeres y ciudadanas, y desarrollan competencias comunicativas que les permite expresar sus propias realidades; todo esto con el fin de responder al siguiente interrogante ¿Cuáles son los cambios que se evidencian en la agencia personal y empoderamiento de mujeres de 17 a 24 años, a partir de su vinculación a procesos de radio participativa?

4. Justificación

El estudiar una Maestría en Comunicación, no solo implica adquirir conocimientos que permitan el crecimiento profesional y desarrollar competencias para la investigación; también, acarrea descubrir cómo desde la academia se puede aportar al cambio o transformación de situaciones o escenarios que de una u otra forma afectan el bienestar de los individuos, organizaciones o comunidades. Esto sin duda es un verdadero reto para los Comunicadores

Sociales y asumirlo representa inicialmente reflexionar sobre aquellas dinámicas en las que se mueve la sociedad, para tomar la decisión de investigar sobre un tema en particular. En este caso, dicha reflexión llevó a abordar el empoderamiento de la mujer a través de experiencias de comunicación con enfoque social, específicamente en radio, no sin antes reconocer la situación actual de las niñas y mujeres en Colombia, y la necesidad de invertir en su bienestar.

Según el más reciente informe de Medicina Legal (Forensis 2015), han sido asesinadas en el país un promedio de 970 mujeres, además, de las 22.155 valoraciones por presunto delito sexual registrados en el año 2015, el 85% de las víctimas fueron mujeres, esto significa que por cada hombre víctima de presunto delito sexual, se presentan seis mujeres víctimas. De igual forma, las cifras arrojan que las niñas en edades entre los 10 y 14 años son las que presentan mayor riesgo de ser víctima de violencia sexual con 7.648 casos, lo que equivale a un 40,52%.

Con respecto al comportamiento de la violencia de pareja, un informe de la Fundación Ideas para la Paz del 2015 asegura que las mujeres son la población más afectada por este tipo de violencia (86,66 %), y en el 47,27% de los casos el agresor es su compañero permanente y un 29,33% su excompañero sentimental. Los departamentos con mayores casos de violencia de pareja corresponden a Bogotá (11.259); Antioquia (4.809); Cundinamarca (3.590); Valle del Cauca (3.487); y Santander (2.379).

Por otra parte, con relación a las mujeres y los medios de comunicación, una de las lecturas más generalizadas es la relacionada con la frecuencia en que ellas son representadas como sujetos sexualizados o cosificados y son relacionadas con términos como dependencia, fragilidad y afectividad, a diferencia de los hombres, a quienes a lo largo del tiempo se les ha asociado con

valores como inteligencia, competitividad, valentía y determinación. De cualquier forma, es posible encontrar una serie de estereotipos que fomentan y prologan la discriminación de género.

> *Los medios de comunicación de masas asumen la función de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Estos medios, además, son considerados un importante instrumento para la socialización y la transmisión de valores, ya que muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se convierten en ocasiones en modelos de referencia para una sociedad. De forma inevitable acaban creando una "realidad" que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión (Mateos et al.,2007, p.9).*

Sin embargo, otra de las relaciones que aparece en la literatura, en el tema de las mujeres y los medios de comunicación, además de la forma en que éstas son representadas, tiene que ver con la participación de las mujeres en la prensa, radio y televisión, no solo como parte de los hechos noticiosos, sino como productoras de mensajes o contenidos, y de las oportunidades que las mujeres tienen de ocupar cargos directivos que les permitan ser partícipes en la toma de decisiones de cualquier medio de difusión.

Si bien es cierto que hace 20 años, los 189 Estados miembros de las Naciones Unidas reconocieron que los medios de comunicación son cruciales para el cambio de los estereotipos de género que influyen en la forma de pensar y actuar de las personas, cifras actuales indican que continúa siendo necesario un aumento en la participación de la mujer en los medios de comunicación. De acuerdo a una investigación realizada en el 2015, por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP por sus siglas en inglés), tan solo el 37% de las notas informativas en

los distintos medios de difusión, lo reportan mujeres, además hay una mayor presencia de reporteras en la radio (41%) y menos en los diarios (35%).

GMPP desde 1995 ha documentado las tendencias de cambio relacionadas a la representación de la mujer en las noticias del mundo y en su último estudio indica que el avance hacia la equidad de género en los medios de comunicación se detuvo en los últimos cinco años. Equipos de voluntarios en 114 países monitorearon 22.136 relatos publicados, transmitidos o tuiteados por un total de 2.030 medios de difusión, escritos o presentados por 26.010 periodistas, y en sus hallazgos se destaca que solo un 24 % de las personas sobre las cuales se leyó, vio o escuchó en prensa, radio o televisión, son mujeres; asimismo, muestra que la relativa invisibilidad del género femenino en los medios de comunicación tradicionales también se manifiesta en las plataformas informativas digitales. Por ejemplo, únicamente el 26% de las personas que aparecieron en las notas informativas en internet y tuits noticiosos son mujeres, y solo el 4 % de los tuits de medios informativos cuestionan los estereotipos de género.

A pesar de que el número de mujeres que participan en el sector de las comunicaciones ha aumentado, pocas son las que ocupan puestos que influyen en la política y toma de decisiones de los medios de comunicación, además la constante presencia de estereotipos sexistas en los medios, representa la falta de perspectiva de género. La prensa, radio y televisión no ofrecen una imagen equilibrada del estilo de vida de la mujer y su papel en la sociedad, diferente al rol de sumisión, madre, esposa o de dependencia afectiva, económica y cánones de belleza preconcebidos.

GMMP muestra un progreso extremadamente lento para llevar la voz de la mujer al discurso público teniendo lugar a través de los medios de comunicación. No sólo las noticias actuales presentan una vista machista del mundo, también está marcado por

prejuicios de género y estereotipos que sustentan la marginación, discriminación y violencia contra las niñas y las mujeres (Global Media Monitoring Project, 2015).

Sin duda es necesario modificar todas las representaciones que restan importancia al papel de la mujer en la sociedad, su participación en puestos de poder y responsabilidad en distintos escenarios de la vida social, económica, política y cultural, a través de iniciativas o proyectos que contribuyan a la visibilidad de las mujeres como seres no pasivos, capaces de desarrollar sus habilidades y destrezas en cualquier contexto o situación, sin que esto represente un privilegio de una cuantas. De allí que la iniciativa "Mujeres en la Radio" sea una propuesta pensada desde una mirada social, que busca contribuir a la igualdad entre los géneros y empoderamiento de a todas las mujeres y niñas, tal como lo establece el quinto objetivo de desarrollo sostenible propuesto por la Organización de Naciones Unidas (ONU). "Empoderar a las mujeres y niñas no solo es lo correcto, sino que además es una medida acertada desde el punto de vista económico y esencial para poner fin a la pobreza y promover la prosperidad compartida" (Banco Mundial, 2015).

De igual forma, se considera que la propuesta Mujeres en la Radio orientada hacia los procesos participativos, es un referente útil para organizaciones sin ánimo de lucro o entidades que promueven el empoderamiento femenino, al igual que para futuras experiencias o proyectos de comunicación con enfoque social, que buscan generar espacios de inclusión para las mujeres y aprendizaje dialogo y debate en los medios de comunicación.

Finalmente, la presente investigación contribuyó a la generación de evidencias sobre los cambios en la agencia personal y empoderamiento de mujeres jóvenes vinculadas a proyectos de radio participativa, partiendo de la necesidad de revelar el impacto de proyectos o estrategias comunicacionales con enfoque de cambio social. Asimismo, el evaluar Mujeres en la Radio a partir

de una escala actitudinal (ESAGE) y desde la mirada de las involucradas (EP), es un aporte metodológico a los procesos de evaluación de experiencias que buscan evidenciar cambios o resultados.

5. Hipótesis:

La participación de mujeres de 17 a 24 años, en procesos de radio participativa, genera cambios en su agencia personal y empoderamiento.

6. Objetivo general

Establecer los cambios en la agencia personal y empoderamiento de mujeres de 17 a 24 años a partir de su vinculación a procesos de radio participativa.

6.1 Objetivos específicos

- Determinar el grado de agencia personal y empoderamiento de 20 mujeres al inicio de una experiencia de radio participativa.

- Determinar el grado de agencia personal y empoderamiento de las mujeres al final de la experiencia de radio participativa.

- Establecer la diferencia significativa en la agencia personal y empoderamiento de las mujeres antes y después de la experiencia de radio participativa.

- Establecer los cambios más significativos en la agencia personal y empoderamiento a partir de la mirada de las participantes.

7. Marco de referencia

7.1 Noción de agencia y empoderamiento femenino

El término de agencia ha sido referenciado en diversas áreas del conocimiento como la economía, los estudios de género y la psicología; también, la literatura centrada en esta temática, la relaciona con la libertad, motivación, toma de decisiones, elecciones, autoeficacia, autonomía, autodeterminación y control. La agencia es inherentemente multidimensional, es decir, se puede ejercer en diversas esferas, dominios y niveles; las esferas son aquellas estructuras sociales en las que las personas se encuentran inmersas, y que pueden moldear o restringir el ejercicio de la agencia (estado, mercado y sociedad); los dominios son las distintas áreas de la vida en las cuales, una persona puede ejercer su agencia, como por ejemplo, practicar una religión o decidir entrar en el mercado laboral y tipo de trabajo (Samman y Santos, 2009).

En cuanto a los niveles en los que se ejerce la agencia se identifica, el hogar (micro), la comunidad (meso) y el estado o país (macro), además, cabe señalar que las habilidades necesarias para el ejercicio de la agencia en cada uno de estos niveles son de alguna manera distintos, aunque también transferibles.

> *A nivel individual las personas pueden necesitar ser seguras, auto determinadas, saber lo que quieren y dirigir sus acciones. En un nivel colectivo los individuos deben superar el problema de la acción colectiva, alcanzar el consenso y asumir un papel como líderes o seguidores. Las personas que actúan como agentes en sus vidas individuales son más propensas a participar en la acción colectiva, pero pueden carecer de la motivación o las habilidades para hacerlo* (Samman y Santos, 2009, p.8).

Por su parte, Sen (1985) considera que la agencia representa “aquello que una persona tiene la libertad de hacer y lograr en búsqueda de las metas o valores que él o ella considere importantes"

(p.203), asimismo, Malhotra, et al. (2002) indican que la agencia abarca la habilidad de formular opciones estratégicas y controlar los recursos y las decisiones que afectan los resultados importantes de la vida.

Dietz y Burns (1992) plantean una serie de propiedades importantes de la agencia, por ejemplo, las acciones deben ser intencionales, los agentes deben tener la capacidad de tomar decisiones, y ser capaces de controlar los efectos de su agencia; además, consideran que la agencia se mejora cuando las personas sienten que pueden influir en el proceso, que sus voces son escuchadas y que pueden hacer la diferencia (Dale, 2005).

Kabeer (1999) propone que la agencia se relaciona con la capacidad que tienen las personas de definir sus metas y actuar de acuerdo a ellas, dicho proceso involucra la negociación además de la resistencia y manipulación; de igual forma, Sen (1999) indica que la agencia importa porque se ha planteado la hipótesis y muchas veces se confirma, que puede servir como un medio para otros resultados de desarrollo. La agencia de las mujeres, por ejemplo, se ha demostrado que afectan positivamente el bienestar de todos los que les rodean (Ibrahim y Alkire, 2007). Cabe resaltar que el concepto de agencia "incorpora más que la acción; también incluye la intención, el significado, la motivación y el propósito que los individuos imprimen en sus actividades" (Sen y Kabeer, 1999, citado en Pick et.al, 2007, p. 295).

Para Alsop (2006), si los individuos o grupos están empoderados, poseen la capacidad de tomar decisiones eficaces, es decir, transforman sus decisiones en acciones y resultados deseados. Esta capacidad, se ve influenciada por dos factores interrelacionados, la agencia y la estructura de oportunidades. La agencia se refiere a la habilidad de una persona de tomar decisiones significativas, con un propósito, es decir, considerar y elegir deliberadamente entre las distintas

opciones. La estructura de oportunidades se refiere a factores contextuales que afectan la medida en la cual un sujeto puede transformar las opciones en una acción efectiva.

Autores como Pick et al. (2007) proponen que la agencia se vincula con diversos conceptos psicológicos como la autoeficacia, la autonomía, el control, la autodeterminación y la autorregulación; asimismo, enfatizan que "el proceso de desarrollar agencia usualmente tiene implicaciones a nivel social. Una vez que la agencia comienza a impactar en la familia, los colegas, las organizaciones y la comunidad, se convierte en empoderamiento" (Pick et al, 2007, p.297). La agencia y el empoderamiento, entonces, son conceptos relacionados, el empoderamiento no ocurre en el vacío, empoderar a las personas implica ayudarlos a convertirse en agentes; además, se debe tener en cuenta que este proceso no puede ser entendido como un juego de suma cero en el cual los individuos o grupos compiten sobre una cantidad finita de poder (Samman y Santos, 2009).

Por otra parte, es preciso señalar que el empoderamiento es un término con múltiples definiciones y abordado en diferentes contextos socioculturales, políticos (Narayan, 2002) e incluso económicos, se refiere a la expansión de la capacidad de las personas de tomar decisiones estratégicas de vida en un contexto donde esta habilidad fue previamente negada (Kabeer, 2001) y al igual que la agencia se ejerce en diversas dimensiones y niveles.

Banda y Morales (2015) establecen que el empoderamiento "se compone por dimensiones como son la personalidad, aspectos cognitivos y aspectos motivacionales del control personal, autoestima, toma de decisiones y autoeficacia" (p. 6).

Por otro lado, en la literatura sobre empoderamiento existen dos grupos que han captado una mayor atención: las mujeres y los pobres. En un artículo de 1990, Amartya Sen se centró en las consecuencias extremas de la pérdida de poder de las mujeres en varios países en desarrollo y

destacó que más de 100 millones de mujeres fueron “denigradas” debido a la discriminación sistemática contra ellas, Sen atribuye a esta situación la falta de “estatus y poder” en las mujer, y a su vez propone que podría verse favorecida si tiene oportunidades como el empleo remunerado fuera del hogar o la alfabetización; cabe resaltar que, el género no es el único eje en el cual se puede producir la falta de poder, también podría estar determinada por la edad, etnia, religión y otros factores (Samman y Santos, 2009).

Por su parte, autores como Aguayo y Lamelas (2012) consideran que el empoderamiento femenino es un proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, lo que implica una evolución en la concientización de las mujeres sobre su estatus y su eficacia en las interacciones sociales.

De igual forma, Malhotra, Schuller y Boander (2002) sugieren que el empoderamiento de las mujeres debe ocurrir en seis dimensiones específicas: económica, sociocultural, familiar / interpersonal, legal, política y psicológica. Además, plantean que estas dimensiones tienen un alcance muy amplio y, dentro de cada dimensión hay una serie de subdominios en los cuales las mujeres pueden estar facultadas. Por ejemplo, la dimensión "sociocultural" abarca una serie de subdominios de empoderamiento, desde sistemas matrimoniales hasta normas relativas a la movilidad física de las mujeres o sistemas y redes de apoyo social no familiares a disposición del género femenino. Para operacionalizar estas dimensiones se deben considerar indicadores en varios niveles de agregación social como el hogar y la comunidad, así como los niveles regionales, nacionales e incluso globales.

El empoderamiento puede producirse en tres niveles de análisis: individual, organizacional y comunitario. Es por ende un constructo multinivel, con procesos y resultados de potenciación

que varían a lo largo de los diferentes niveles sugeridos por la teoría del empowerment (Musito y Buelga, 2004).

Zimmerman (2000) compara los procesos y resultados que operan en dichos niveles, y establece como procesos potenciadores en el plano de lo individual, el manejo de recursos o el trabajar con los demás, y a nivel organizacional las responsabilidades compartidas, el liderazgo compartido o las oportunidades en participar en la toma de decisiones. De igual forma, para el autor, el resultado de una potenciación a nivel comunitario puede ser el liderazgo plural, las habilidades participativas de los residentes en la vida comunitaria o las coaliciones organizacionales. A continuación, se presenta una tabla con los niveles de los procesos de potenciación y los resultados, propuestos por Zimmerman (2000).

Categorías	TEORÍA DEL EMPODERAMIENTO																	
	Nivel psicológico						Nivel organizacional						Nivel comunitario					
	Proceso de potenciación			Resultados de la potenciación			Proceso de potenciación			Resultados de la potenciación			Proceso de potenciación			Resultados de la potenciación		
	Aprendizaje de habilidades para la toma de decisiones	Manejo de recursos	Trabajar con los demás	Sentido de control	Conciencia crítica	Comportamiento participativo	Oportunidades en participar en la toma de decisiones	Responsabilidades compartidas	Liderazgo compartido	Competencia efectiva en manejo de recursos	Redes de trabajo, coaliciones entre organizaciones	Influencia política	Acceso a recursos de la comunidad	Aperturas de estructuras mediadoras	Tolerancia a la diversidad	Coaliciones organizacionales	Liderazgo plural	Habilidades participativas de los residentes en la vida comunitaria

Tabla No. 4 Teoría del empoderamiento desde la psicología comunitaria, adaptación de Musitu y Buelga (2004:167-195).

Por otra parte, cabe resaltar que “el rasgo más sobresaliente del empoderamiento es contener la palabra poder” (León, 2000, p.8), que según Oakley (2001) puede ser de dos tipos, el primero para crear un cambio radical y el segundo como la capacidad que tienen las personas de hacer y obtener control (Ibrahim y Alkire, 2007); por su parte, Rowlands (1997) propone cuatro categorías de poder: poder sobre, entendido como la capacidad de resistir cualquier manipulación, el poder para, pensado desde la creación de nuevas posibilidades, el poder con, desde un actuar en grupo y el poder desde dentro, es decir, aumentando el respeto a sí mismo y la auto aceptación.

Autores como Narayan (2002) consideran que el empoderamiento es relevante a nivel individual y colectivo, y está asociado a términos tales como el *poder* personal, la capacidad de luchar por los derechos propios, la independencia y la vida digna en concordancia con los propios valores de la persona.

Oakley y Clayton, (2000) también establecen una relación entre el empoderamiento y el poder, este último entendido como como la suma positiva o generador, ya que asume que todos los individuos tienen poder y este se suma al de la comunidad con el fin de lograr un bien común, y el poder de suma cero, el cual considera que para que un grupo gane poder, otro debe perderlo (Bethencourt y Carrillo, 2014).

Finalmente, para Craig y Mayo (1995) el empoderamiento significa comunidad colectiva, comprender la realidad con un sentido crítico con el fin de usar el *poder* que poseen todos, inclusive aquellos sujetos desempoderados y así cuestionar a los poderosos y lograr transformar dicha realidad a través de luchas políticas conscientes.

Por otra parte, en la literatura sobre el empoderamiento se identifica una relación del término con la palabra “control”, por ejemplo, Powell (1990) plantea que el empoderamiento o

empowerment es un proceso que permite a los individuos, grupos o comunidades ser capaces de tener *control* sobre sus circunstancias y lograr sus propios objetivos, luchando por alcanzar una mayor calidad de vida (Buelga, 2007)

Por su parte, Montero (2003) señala que el empoderamiento o empowerment es un proceso a través del cual individuos interesados y grupos organizados o miembros de una comunidad, "desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para *controlar* su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos" (p.72).

Chambers (1993) también establece una relación entre el empoderamiento y el control, al proponer que el empoderamiento significa que las personas, especialmente las más pobres, están en la capacidad de tomar *control* de sus propias vidas, y asegurar un mejor sustento con propiedad y control de sus bienes productivos, como elemento clave. La descentralización y el empoderamiento permiten a las personas explorar las diversas complejidades de sus propias condiciones y adaptarse a los cambios.

De igual forma, Jackson (1994) concibe el empoderamiento como un proceso en el cual las personas, organizaciones o grupos que tienen menos poder, toman consciencia de las dinámicas de poder que operan en el contexto de sus vidas, desarrollando habilidades y capacidades para obtener un *control* razonable sobre estas, ejercitar su control sin infringir los derechos de los demás y apoyar el empoderamiento de otros en la comunidad (Rowlands, 1997).

Por otro lado, Batliwala (1997) explica que el empoderamiento puede ser entendido como el proceso de "desafío de las relaciones de poder existentes, así como el de obtención de un mayor *control* sobre las fuentes de poder… y se manifiesta como una redistribución de este, ya sea entre

naciones, clases, razas, castas, géneros o individuos" (p.193). A continuación, se presentan dos tablas que resumen los principales abordajes tanto de la agencia como del empoderamiento, según lo reseñado por los distintos autores ya citados en el presente marco referencial.

Tabla N.5 Nociones de la Agencia

Autor	Año	Aspectos clave
Samman y Santos	2009	La agencia es inherentemente multidimensional, es decir, se puede ejercer en diversas esferas, dominios y niveles; las esferas son aquellas estructuras sociales en las que las personas se encuentran inmersas, y que pueden moldear o restringir el ejercicio de la agencia (estado, mercado y sociedad); los dominios son las distintas áreas de la vida en las cuales, una persona puede ejercer su agencia, como por ejemplo, practicar una religión o decidir entrar en el mercado laboral y tipo de trabajo.
Pick et. al	2007	La agencia, se vincula con diversos conceptos psicológicos como la autoeficacia, la autonomía, el control, la autodeterminación y la autorregulación (…) "el proceso de desarrollar agencia usualmente tiene implicaciones a nivel social. Una vez que la agencia comienza a impactar en la familia, los colegas, las organizaciones y la comunidad, se convierte en empoderamiento".
Alsop	2006	La agencia se refiere a la habilidad de una persona de tomar decisiones significativas, con un propósito, es decir, considerar y elegir deliberadamente entre las distintas opciones.
Malhotra et. al	2002	La agencia abarca la habilidad de formular opciones estratégicas y controlar los recursos y las decisiones que afectan los resultados importantes de la vida.
Kabeer	1999	La agencia se relaciona con la capacidad que tienen las personas de definir sus metas y actuar de acuerdo con ellas, dicho proceso involucra la negociación además de la resistencia y manipulación.
Sen	1999	La agencia importa porque se ha planteado la hipótesis y muchas veces se confirma, que puede servir como un medio para otros resultados de desarrollo. La agencia de las mujeres, por ejemplo, se ha demostrado que afectan positivamente el bienestar de todos los que les rodean (Ibrahim y Alkire, 2007).
Sen y Kabeer	1999	La agencia "incorpora más que la acción; también incluye la intención, el significado, la motivación y el propósito que los individuos imprimen en sus actividades" (Citado en Pick et.al, 295).
Dietz y Burns	1992	Plantean una serie de propiedades importantes de la agencia, por ejemplo, las acciones deben ser intencionales, los agentes deben tener la capacidad de tomar decisiones, y ser capaces de controlar los efectos de su agencia.
Sen	1985	Representa "aquello que una persona tiene la libertad de hacer y lograr en búsqueda de las metas o valores que él o ella considere importantes" (p.203).

Fuente: Elaboración propia

Tabla N.6 Nociones del Empoderamiento		
Autor	**Año**	**Aspectos clave**
Banda y Morales	2015	El empoderamiento "se compone por dimensiones como son la personalidad, aspectos cognitivos y aspectos motivacionales del control personal, autoestima, toma de decisiones y autoeficacia" (p. 6).
Pick et. al	2007	El proceso de desarrollar agencia usualmente tiene implicaciones a nivel social. Una vez que la agencia comienza a impactar en la familia, los colegas, las organizaciones y la comunidad, se convierte en empoderamiento" (Pick et al, 2007, p.297).
Musito y Buelga	2004	El empoderamiento puede producirse en tres niveles de análisis: individual, organizacional y comunitario. Es por ende un constructo multinivel, con procesos y resultados de potenciación que varían a lo largo de los diferentes niveles sugeridos por la teoría del empowerment.
Montero	2003	Proceso a través del cual individuos interesados y grupos organizados o miembros de una comunidad, "desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para *controlar* su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos" (p.72).
Malhotra et. al	2002	El empoderamiento de las mujeres debe ocurrir en seis dimensiones específicas: económica, sociocultural, familiar / inter personal, legal, política y psicológica. Además, plantean que estas dimensiones tienen un alcance muy amplio y, dentro de cada dimensión, hay una serie de subdominios en los cuales las mujeres pueden estar facultadas.
Oakley y Clayton	2000	Establecen una relación entre el empoderamiento y el poder, este último entendido como como la suma positiva o generador, ya que asume que todos los individuos tienen poder y este se suma al de la comunidad con el fin de lograr un bien común, y el poder de suma cero, el cual considera que para que un grupo gane poder, otro debe perderlo.
Batliwala	1997	Proceso de "desafío de las relaciones de poder existentes, así como el de obtención de un mayor control sobre las fuentes de poder… y se manifiesta como una redistribución de este, ya sea entre naciones, clases, razas, castas, géneros o individuos" (p.193)
Craig y Mayo	1995	Empoderamiento significa comunidad colectiva, comprender la realidad con un sentido crítico con el fin de usar el poder que poseen todos, inclusive aquellos sujetos desempoderados y así cuestionar a los poderosos y lograr transformar dicha realidad a través de luchas políticas conscientes.
Jackson	1994	Proceso en el cual las personas, organizaciones o grupos que tienen menos poder, toman consciencia de las dinámicas de poder que operan en el contexto de sus vidas, desarrollando habilidades y capacidades para obtener un control razonable sobre estas.
Chambers	1993	Empoderamiento significa que las personas, especialmente las más pobres, están en la capacidad de tomar control de sus propias vidas, y asegurar un mejor sustento con propiedad y control de sus bienes productivos, como elemento clave.
		Fuente: Elaboración propia

7.2 Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

A continuación, se establece la relación entre la comunicación y cada uno de los paradigmas en los que se ha fundamentado el discurso y la práctica del desarrollo: modernización, dependencia y multiplicidad/otro desarrollo. Dicha descripción tendrá como base lo propuesto por Servaes (2000), además de los aportes de Waisbord (2001) y Obregón (2009), para comprender los antecedentes de la comunicación y desarrollo, sus aciertos, críticas y evolución conceptual que ha llevado a lo que hoy conocemos como la Comunicación Para el Cambio social, centrada en el dialogo, debate y la acción colectiva.

7.2.1 Paradigma Dominante

"En el paradigma modernista, teóricamente fundamentado en el enfoque funcionalista y considerado el paradigma dominante" (Beltrán, 2012, p.28) el desarrollo fue definido como crecimiento económico o de la producción y el comercio, que requería de la tecnología para lograr niveles de masificación y consumos óptimos (Obregón, 2009). El eje central es una perspectiva evolucionista que entiende el desarrollo como direccional y acumulativo, predeterminado e irreversible, progresivo e inherente al estado nación. (Servaes, 2000). Las sociedades occidentales modernas como Estados Unidos y Europa Occidental eran los modelos a seguir para los países menos desarrollados, lo que lleva a concebir el desarrollo como un proceso deseable, necesario y homogeneizador (Obregón, 2009).

La comunicación en este paradigma se enfoca en promover procesos de cambio por medio de la introducción de innovaciones a los diferentes países del Tercer Mundo, haciendo uso de los medios de comunicación y de la influencia de los líderes de opinión en el sistema social, "diferentes teorías y estrategias compartían la premisa de que los problemas de desarrollo tenían su raíz básicamente en la falta de conocimiento y que, en consecuencia, las intervenciones debían

proporcionar información a la gente para cambiar el comportamiento" (Waisbord, 2001, p.4). Asimismo, se considera que la cultura tradicional de los países del Tercer Mundo es un factor que impide el desarrollo, una especie de "obstáculo" para la adopción de comportamientos o actitudes modernas, por tal razón, la comunicación se enfoca en persuadir a las personas y comunidades para que estos adopten nuevos comportamientos o procesos tecnológicos propios de un modelo de desarrollo modernista.

Por otra parte, la comunicación en el Paradigma Dominante se fundamenta en enfoques teóricos como la Difusión de Innovaciones, elaborada por Everett Rogers (1962,1983) quien propone cinco etapas por las cuales pasa un individuo para adoptar las innovaciones: conciencia, conocimiento e interés, decisión, prueba, y adopción/ rechazo. Dicha perspectiva difusionista de la comunicación recibió posteriormente críticas por ignorar el contexto sociocultural en que se aplicaba, Rogers por su parte reconoció dichas críticas y replanteó la comunicación como un proceso "a través del cual los participantes crean y comparten información entre sí, con el propósito de alcanzar un entendimiento mutuo" (citado en Obregón, 2007, p.3).

El punto de vista del cambio social tiene sus fundamentos en dos modelos de comunicación de corte conductista, el primero es el modelo elaborado por Shannon – Weaver, originalmente desarrollado en estudios de ingeniería, y el cual concibe la comunicación como la transmisión lineal de información entre el emisor y receptor. El segundo modelo es el de propaganda, desarrollado durante la Segunda Guerra Mundial, y el cual considera que los medios de comunicación pueden cambiar las actitudes o comportamientos de la audiencia o personas, esto se conoce como la teoría de la *aguja hipodérmica o bala mágica* (Waisbord,2001).

Por otro lado, cabe resaltar que la comunicación desde una perspectiva de transmisión centrada en la persuasión se concibe como un proceso de arriba hacia abajo, vertical, lineal o unidireccional. Los medios masivos actúan como canales difusores de la cultura moderna e indicadores de modernización de la sociedad, por ejemplo, el número de televisores en una comunidad sugería su grado de modernización (Waisbord, 2001).

Entre las críticas al paradigma dominante se destaca su enfoque vertical reflejado también en los procesos de comunicación, el ignorar las prioridades de los participantes de los programas, la poca atención a las dinámicas locales, y las diversas dimensiones políticas y socioculturales, entre otros factores que no permitieron eliminar la brecha entre la sociedad occidental desarrollada y los países del Tercer Mundo, dando paso al origen de un nuevo paradigma, el de la dependencia (Obregón, 2009).

7.2.2 Paradigma de la dependencia

Como reacción a los efectos negativos de los modelos de modernización, surge y se desarrolla desde los años 60 hasta comienzos de la década de los 80, el paradigma de la dependencia, según el cual, los problemas o causas del subdesarrollo eran producto de la relación de vinculación de los países tercermundistas con la economía mundial, es decir, por factores externos y no por problemas internos en los países del Tercer Mundo.

Los teóricos de la dependencia plantaron que los problemas del mundo subdesarrollado eran de índole político más que un producto de la falta de información (Hornik, 1998). Los factores sociales y económicos mantenían a los países tercermundistas en el subdesarrollo, y la posición de dependencia que dichos países tenían en el orden global; además las estructuras internas como la desigualdad también influían en los problemas del subdesarrollo, las cuales eran atendidas por los

programas de desarrollo, que se centraron más en factores individuales que sociales, “el subdesarrollo era la otra cara y la consecuencia del desarrollo del mundo occidental. Este concentraba el poder económico y las decisiones políticas que mantenían el subdesarrollo y la dependencia” (Waisbord, 2001, p.18).

El paradigma de la dependencia surge teóricamente de la relación entre dos grandes corrientes intelectuales, la primera conocida como neomarxismo o estructuralismo y la segunda originada en el debate sobre el desarrollo en la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL). La perspectiva de la dependencia nace en América Latina, aunque, el norteamericano, Paul Barán es a quien se le conoce como el padre de la teoría de la dependencia, y uno de los primeros en proponer que el desarrollo y subdesarrollo son procesos interrelacionados. (Servaes, 2000).

Por otra parte, para Gumucio (2014) la comunicación inspirada en las teorías de la dependencia es instrumental, y evidencia una preocupación por el desarrollo y los actores involucrados, además de lograr que distintas agencias de cooperación internacional como la UNESCO, UNICEF, entre otras, no solo adopten estrategias de comunicación para el desarrollo sino también defiendan el derecho a la información. “El planteamiento reconoce la importancia del saber local, de la tradición y de la cultura, aunque no logra trasladar el centro de gravedad de las decisiones. Es una comunicación instrumental, ya que está vinculada a los programas de desarrollo” (p,6).

Como principal crítica al paradigma dominante se destaca el hecho de omitir factores internos que de cualquier manera limitan las acciones orientadas hacia el desarrollo o surgimiento de las comunidades, es decir, “la implementación de un nuevo modelo de desarrollo ajustado a la realidad de los países subdesarrollados implica la realización de cambios estructurales que garanticen equidad, igualdad y democracia en las naciones” (Obregón, 2009, p.4).

7.2.3 Paradigma multiplicidad/Otro desarrollo

Teniendo en cuenta que, en muchos países, específicamente en Latinoamérica, hubo una transición de dictaduras civiles a gobiernos democráticos, se crearon nuevas condiciones geopolíticas que facilitaron la movilización social y una pluralidad de voces frente a los ya mencionados modelos de desarrollo modernizadores o dominantes. Los modelos economicistas son desplazados por modelos humanistas, como el alternativo (participativo) del desarrollo, orientado hacia el involucramiento de los actores sociales, atención a los niveles locales y un énfasis en las causas sociales, políticas y económicas que contribuyen a la pobreza y limitan los procesos de desarrollo.

En este paradigma, se endiente que el desarrollo debe estar basado en las necesidades locales, responder a procesos endógenos, promover elementos como la participación en todos los niveles, la autodeterminación, la igualdad y el acceso, y considerar las normas y los valores y la cultura de manera adecuada. Asimismo, la participación en la toma de decisiones es un factor centran el desarrollo, es decir, que todos los actores son considerados como interlocutores válidos, por ende, hay un énfasis en el intercambio de información y no en su difusión. En este sentido, se habla de la comunicación participativa, que para Servaes y Malikhao (2012) se fundamenta en dos grandes enfoques, la pedagogía dialogal de Paulo Freire y las ideas de acceso, participación y autogestión articuladas en los debates de la UNESCO en los años 1970. “Cada proyecto de comunicación que se autonombra participativo acepta estos principios de comunicación democrática. Sin embargo, existe hoy en día una gran variedad de experiencias prácticas y de intenciones” (p.47).

La comunicación en este paradigma se entiende también como un proceso que promueve el empoderamiento y movilización de los actores, para que las comunidades o grupos locales

puedan definir su modelo de desarrollo, participar y tomar decisiones en el proceso, además, el flujo de la comunicación se asume como de doble vía.

De igual forma, en la multiplicidad/ otro desarrollo, se agrupan una serie de perspectivas de la comunicación entre las cuales se identifica la comunicación horizontal y la comunicación alternativa. En 1980, Luis Ramiro Beltrán esbozó lineamientos para la formulación de un "modelo de comunicación horizontal" entendido como "el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación" (p.21)

En cuento a la comunicación alternativa, se puede decir que surge de la necesidad de los sujetos de comentar sobre su entorno y dar a conocer su visión del mundo, en muchas ocasiones, contradictoria a la visión del sistema hegemónico (Corrales y Hernández, 2009), es decir, surge como una reacción ante la situación de discriminación y exclusión que vivían los individuos.

Para (Gamucio, 2011) el aspecto fundamental en la comunicación alternativa es la "apropiación de los medios, dicho sentido de "apropiación" debe entenderse como una forma de desarrollar la capacidad propia, comunitaria y colectiva, de adoptar la comunicación y sus medios como un proceso coadyuvante de las luchas sociales" (p.36). Vale la pena mencionar que no solo se trata de poseer un periódico, o tener acceso a un canal de televisión o una radio, significa poder apropiarse de la gestión, creación y proceso comunicacional que involucre la participación de la comunidad.

7.2.4 Comunicación para el Cambio Social

La comunicación para el cambio social siempre ha estado presente en parte en las experiencias de comunicación alternativa y participativa, y en parte en las acciones de comunicación para el desarrollo; sin embargo, su formulación conceptual comenzó a definirse en el año 1997 como resultado de unas reuniones convocadas por la Fundación Rockefeller en las que participaron especialistas de comunicación y participación social, en donde discutían el papel de comunicación en los cambios sociales en el siglo XXI (Gumucio, 2011).

El campo de la Comunicación para el Cambio Social se entiende como un proceso de dialogo público y privado en el que las personas deciden quienes son, sus aspiraciones, necesidades, y la manera en que colectivamente pueden alcanzar sus metas y mejorar su calidad de vida. "Este modelo que se inscribe dentro de una corriente crítica es reflejo del compromiso de las ciencias sociales con las comunidades más vulneradas" (Buelva, Musitu, Vera, Ávila y Arango, 2009, citado en Mendivil, 2015).

Cabe señalar que la Comunicación Para el Cambio Social debe ser capaz de permitir a las comunidades poder reunirse y definir soluciones ante sus problemas, desde lo colectivo y su realidad, la cual depende y varía de acuerdo con el contexto y tipo de comunidad, es decir, que la CPCS debe ser entendida como un "proceso de dialogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos" (communication for Social Change Consortium, 2003). De igual forma, como sucede en la comunicación alternativa, se privilegia el proceso comunicacional por encima de los productos, ya que estos y su difusión, no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación (Gumucio, 2011).

Este enfoque se aleja de la tradicional comunicación para el desarrollo orientada a persuadir a los individuos para generar cambios de conductas, sino que se enfoca en facilitar procesos de dialogo y debate, en proveer confianza y convicción a los actores sociales o comunidades para que se apropien del proceso, y definan que quieren comunicar y cómo quieren hacerlo.

En este sentido, la Comunicación Para el Cambio Social se distancia de esa mirada enfocada en las industrias culturales o empresas mediáticas, y la construcción de sentidos colectivos que se derivan de mensajes totalizadores que responden a los sistemas de dominación o lógicas del marcado (Valencia y Magallanes, 2015).

De otro lado, según (Uranga, 2006) la Comunicación para el Cambio Social se relaciona con la capacidad de los actores sociales de transmitir desde las propias prácticas y con un lenguaje adecuado la imagen de un posible cambio. Asimismo, este campo nos remite a pensar la comunicación, como un proceso en doble vía, por un lado, que posibilite "el empoderamiento, la decisión e implementación de decisiones a nivel local, y de otro, que plantee desafíos muy cercanos a una lógica de *Diálogos de Saberes"* (Garcés y Jiménez, 2016, p.18).

7.3 Radio Participativa

A finales de los años 1940 y en Latinoamérica, aparecen las primeras radios "libres" que difundieron programas enfocados hacia la educación, el desarrollo agrícola o evangelización, con mensajes destinados "al cambio social". A lo largo de los últimos 60 años, radios comunitarias, étnicas y sindicales han sido importantes experiencias de comunicación, que en un principio "manifestadas de modo eminentemente político y práctico recurrieron luego a la teoría del paradigma de la comunicación participativa" (Guglielmone, 2009, p.3).

Entre las primeras experiencias de radiodifusión participativa en Latinoamérica, se destaca la Radio Sutatenza en Colombia que funcionó de 1947 a 1994 y la cual estuvo orientada hacia los campesinos del país. Durante 47 años, utilizó el periodismo, la comunicación interpersonal y grupal para alfabetizar, prevenir enfermedades, evangelizar, compartir prácticas agrarias y desarrollar valores y comportamientos cívicos que se verían reflejados en la familia y la comunidad (Bernal, 2012); sin embargo, debido a diversos conflictos entre ellos algunos problemas financieros, comenzó su decadencia, dando como resultado que esta fuera comprada por la poderosa cadena comercial colombiana, Caracol Radio. (Bernal, 2012).

Otro referente empírico de la comunicación participativa y democrática son las radios de las minas bolivianas. Hacia 1949, en ese país, se instala una emisora en el distrito minero de Catavi, y durante los siguientes quince años, otros distritos siguieron el ejemplo y consolidaron emisoras financiadas por los mismos trabajadores del sindicato de mineros. Las radios, empezaron su funcionamiento con lo mínimo requerido, aunque algunas lograron el apoyo internacional para adquirir instalaciones mejores equipadas.

Las emisoras tuvieron un impacto en el proceso de construcción de una identidad cultural en los centros mineros y comunidades aledañas e incluso establecieron los principios de comunicación participativa tiempo antes de que el término fuera acuñado. Las diferentes radios a lo largo de su desarrollo fueron independientes, autofinanciadas y autogestionadas; además, estaban a disposición de la comunidad, las visitas a sus instalaciones eran frecuentes sobre todo si se necesitaba de un espacio en que las personas pudieran expresarse ante cualquier tema o situaciones que afectaran sus vidas, es decir, sirvieron a los intereses no solo de los trabajadores sino de la sociedad boliviana, siendo entonces un ejemplo de espacio de participación comunitaria. (La Iniciativa de Comunicación, 2004)

De otro lado, es preciso señalar que, hablar de comunicación participativa, y en particular en el contexto de la radio, supone comprender que en este modelo se pasa: a) de la lógica vertical a la horizontal, b) de los productos a los procesos, c) de las propuestas a corto plazo a las propuestas a largo plazo, d) de las dinámicas individuales a las colectivas, e) de las condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades, f) del acceso a la participación, g)) de la instrucción difusional a la educación comunicacional (Del Valle, 2007, p.19). Asimismo, cada proyecto de comunicación que se autodenomina participativo acepta los principios de la pedagogía dialogal de Paulo Freire y las ideas de acceso, participación y autogestión articuladas en los debates de la UNESCO (Servaes y Malikhao, 2012).

7.4 La radio en la era digital

La evolución de las tecnologías de comunicación e información ha transformado el modo de concebir la comunicación al punto de que los medios se han reestructurado y redefinido sus funciones para adaptarse a la era digital (Soengas, 2013). La prensa, radio y televisión poco a poco han cambiado su modo de trabajo, los nuevos medios se han vinculado a ellos, logrando espacios de interactividad, instantaneidad y ubicuidad. Los medios de comunicación tradicionales "se están convirtiendo en una red social que entorno a la lectura, el audio y el video persiguen una mayor participación y aceptación pública permitiendo a los usuarios publicar, sus propias noticias y compartir contenidos e ideas" (Barrios, 2013, p.42)

Hoy en día, los dispositivos móviles hacen parte de la cotidianidad del ser humano, están presentes en sus actividades diarias, ya sea para informarse, relacionarse o simplemente comunicarse con otros, lo que ha llevado a replantear las formas de comunicación entre los individuos. Cuando se integran estas nuevas tecnologías a los medios de comunicación masiva se

produce una modificación en la forma en que los sujetos perciben e interpretan la realidad, situación que genera un cambio progresivo de mentalidad. (Barrios, 2013).

En el caso particular de la radio, es un medio de comunicación que se ha ido reinventando e integrándose al entorno multimedia, que ofrece a la audiencia diversos espacios visuales y sonoros. Aunque el consumo de la radio actualmente se da por diversas vías, el medio tradicional sigue siendo el más usado por la audiencia, pero no se puede negar el espacio ganado por los dispositivos como celulares, ordenadores, tabletas entre otros, con conexión a internet en donde el oyente encuentra todo tipo de emisoras tanto locales como internacionales, comerciales o alternativas que se abren espacio a nivel mundial.

> *Las nuevas tecnologías liberan a la Radio de la escasez de frecuencias y todos sus compromisos administrativos. Este es un cambio radical. La técnica ha superado esta limitación, más acusada en Europa que en América. Los satélites, la red y las nuevas tecnologías propugnan usos nuevos que sitúan a la Radio y a los demás medios ante un futuro diferente (Faus, 2001, p.41).*

La era digital ha llevado a que la radio se adapte a diversas maneras de llegar al público, como transmitir en vivo y en directo a través de internet, en diferido por medio de podcast, la exploración de enlaces, e incluso la participación del oyente como programador de los contenidos de acuerdo con sus gustos e intereses. Estos cambios han llevado a que quienes trabajan en el medio no limitarse al sonido, la palabra o la música, sino potenciar y complementar con alternativas adicionales las formas de acceso al audio ya sea a través de enlaces que conducen a múltiples contenidos alojados en la página web de la emisora y en los cuales el texto y la imagen son de gran importancia.

La radio digital permite romper la barrera del tiempo y el espacio pues puede ser escuchada en cualquier hora del día y en cualquier lugar de plantea: además, posibilita la interactividad y nuevas formas de comunicación. En este caso surge un nuevo concepto de feedback radiofónico en el cual el oyente interactúa de diversas formas, las llamadas se remplazan por correos electrónicos, redes sociales, WhatsApp, chats en línea o foros que posibilitan al oyente opinar sobre temas específicos, la programación e incluso ser partícipe en la producción de los programas (López, 2006).

Por otra parte, a diferencia de las emisora análoga o convencional, la radio en línea ofrece programación sin "jerarquías", es decir, el oyente que navega en un sitio web no tiene que seguir un orden temporal, este puede escoger el contenido que desea escuchar.

Existe además un fenómeno que emerge de lo digital y permite nuevas formas de producir contenidos radiales: el Podcasting, un archivo multimedia que se reproduce a través de un sistema de sindicación RSS o similares y permite dirigirse a un público determinado ya que gracias a la naturaleza del internet se puede llegar a públicos específicos o con intereses particulares. Este sistema posibilita a la audiencia que navega en internet suscribirse de forma gratuita a cualquier programa radiofónico que desee escuchar, saber cuándo el contenido es actualizado sin necesidad de navegar por el sitio web de manera periódica, descargar algún contenido en su ordenador, tableta u otro dispositivo móvil, en el momento que desee, oírlo cuando quiera e incluso compartirlo a través de sus medios sociales.

Finalmente, es preciso señalar, que la radio digital ha permitido a grupos independientes, asociaciones, colectivos, actores sociales y comunidades crear sus propias emisoras, hacer podcast o producir contenidos radiofónicos fácilmente, sin necesidad de ser exclusivamente profesional

del periodismo o la comunicación, hacer trámites para la asignación de frecuencias como sucede con en la radio analógica, y sin gastar mucho dinero.

8. Metodología

"Se ha ido posicionando en la actualidad una estrategia de investigación que permite combinar la metodología cualitativa y la cuantitativa aun cuando éstas en el pasado se han encontrado en posturas opuestas. Esta se denomina métodos mixtos o triangulación metodológica" (Di Silvestre, 2008).

8.1 Diseño

La presente investigación se fundamentó en un diseño mixto, el cual implica combinar los enfoques cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Hernández, Fernández y Baptista (2003) señalan que este tipo de diseños:

> (…) representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas (…) agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (p. 21)

8.2 Tipo de estudio

Este estudio es de tipo correlacional, pues permitió medir el grado de asociación entre la agencia personal y el empoderamiento, y la radio participativa. Como lo destaca Hernández, Fernández y Baptista (2007) las investigaciones correlacionales buscan determinar la relación que existe entre dos o más variables, conceptos o categorías, en un contexto determinado.

La utilidad principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables relacionadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en la o las variables relacionadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2007, p.105).

Por otro lado, el presente estudio es cuasi experimental (antes/después) en donde se establece una medición previa a la intervención y otra posterior; en este caso además no existe un grupo de control o de comparación que no reciba la intervención y que se evalúe también antes y después. Se precisa a continuación las herramientas metodológicas que se implementaron, así como el procedimiento que se realizó para obtener los resultados de la investigación.

8.3 Técnicas e instrumentos

Escala para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE: Incorpora reactivos agrupados en factores como: autoeficacia, autodeterminación, control sobre mis conductas, pensamiento independiente, identificación de necesidad de cambio, miedo al éxito, reconocimiento de mi aprendizaje, percepción de mi contexto y control sobre mi entorno, en total, la escala propone 35 ítems para la medir la variable de agencia personal y 7 para medir el empoderamiento. Cada reactivo de la ESAGE puede ser respondido en una escala tipo Likert de frecuencia con cuatro opciones de respuesta: “nunca”, “casi nunca”, “casi siempre”, “siempre”. Dicha escala permitió determinar el grado de agencia personal y empoderamiento de las participantes al inicio y final de la experiencia de radio participativa, y establecer si se presentó una diferencia significativa en estas dos variables como producto de la intervención.

Grupos Focales: Según Escobar y Bonilla (2009) "los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador". En el contexto de la presente investigación, llevara cabo grupos focales permitió analizar algunos temas identificados en la Escala para Medir Agencia personal y Empoderamiento ESAGE, al inicio de la intervención, y orientar la propuesta de Mujeres en la Radio a partir de dos enfoques: la esfera pública y privada.

Evaluación participativa:

Para establecer los cambios más significativos en la agencia personal y empoderamiento a partir de la mirada de las participantes se tomaron dos técnicas seleccionadas en el estudio de caso del Colectivo Pasolini en Medellín, Colombia (Pérez y Vega, 2010) para rastrear las identidades políticas y juveniles. La primera técnica se fundamenta a partir del taller de la memoria (Riaño, 2000 y Álape, 2006), "que posibilita una íntima y larga conversación que abre puertas a (la) memoria, que yace en los recuerdos individuales… y rehace en una conjugación de voces, otra orilla clarividente de la memoria colectiva" (Alape, 2006, citado en Pèrez y Vega, 2010). Específicamente se utilizó la técnica de "Mapa Mental" desarrollada por Pilar Riaño.

La segunda técnica se inscribe en la propuesta que Davies y Dart (2005) denominan como Most Significant Change Tecnnique o Metodología del Cambio más Significativo, una forma de monitoreo participativo y evaluación. Se considera con carácter participativo porque las partes involucradas en la experiencia pueden decidir los tipos de cambio a registrar y al analizar los datos, y contribuye a la evaluación porque proporciona datos sobre el impacto y los resultados del programa o proyecto de desarrollo.

8.4 Participantes

En esta investigación participaron 20 mujeres de 17 a 24 años, estudiantes de carreras técnicas y profesionales, y de estratos 1, 2 y 3 de la ciudad de Barranquilla, quienes se inscribieron a través de una convocatoria en medios sociales, dado su interés por un medio de comunicación como la radio.

8.5 Procedimiento

Inicialmente se llevó a cabo un proceso de revisión de literatura sobre la agencia personal, el empoderamiento y Proyectos de Comunicación para el Cambio Social, específicamente enfocados en radio. Se consultaron las bases de datos Scopus, Proquest, Scince Direct, Since Journals, buscadores como google académico, portales bibliográficos como Dialnet y la red de bibliotecas electrónicas- Scientific Electronic Library Online (SciELO); asimismo, en el proceso se incluyó una serie de palabras clave tales como: empoderamiento, empowerment, comunicación para el cambio social, communication for social change, female empowerment, comunicación para el desarrollo, agency and empowement, radio participativa, empoderamiento femenino, mujer, evaluación y medición. Todo esto con el fin de encontrar artículos, informes o investigaciones que permitieran abordar la temática de interés.

Como producto de la revisión de la literatura se halló la Escala de Agencia Personal y Empoderamiento – ESAGE, diseñada por Pick et al. (2007) y aplicada en México a una muestra de 1125 personas de las cuales 601 eran hombres y 316 mujeres. ESAGE incorpora reactivos agrupados en las variables de autoeficacia, autodeterminación, control sobre mis conductas, pensamiento independiente, identificación de necesidad de cambio, miedo al éxito, reconocimiento de mi aprendizaje, percepción de mi contexto y control sobre mi entorno.

ESAGE fue seleccionada por la investigadora para determinar el grado de agencia personal y empoderamiento de las participantes de Mujeres en la Radio, teniendo en cuenta la fiabilidad por consistencia interna calculada por medio del estadístico de Alfa de Cronbach, en la prueba piloto realizada en Barranquilla, durante el mes de junio de 2016, a un total de 70 mujeres entre los 17 y 24 años, de estratos uno al cuatro. Para el factor de Agencia Personal se obtuvo un alfa $\alpha = 0.897$ y para el Empoderamiento $\alpha = 0.892$. Todas con un amplio margen por encima de 0,70 que es el mínimo requerido (Cronbach, 1951; Hayes, 2005).

Durante el mes de julio del mismo año se realizó una convocatoria a través de medios sociales (Instagram y Facebook), con el fin de que mujeres entre los 17 y 24 años, con gusto por la radio y/o sin conocimiento o experiencia profesional en medios de comunicación, hicieran parte de la experiencia o proyecto durante un periodo de cuatro meses.

Finalmente, 20 mujeres jóvenes de diversos sectores de la ciudad se sumaron a la iniciativa "Mujeres en la Radio" que tuvo como punto de partida, determinar una línea base a través de un pre-test (Escala para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE) aplicada a las participantes, y la cual identificó el grado de agencia personal y empoderamiento de cada una de ellas antes de iniciar las actividades del proyecto, los datos fueron analizados con el programa estadístico SPSS; de igual forma, se realizaron tres sesiones de grupos focales donde las jóvenes respondieron preguntas sobre temas identificados en la Escala para Medir Agencia personal y Empoderamiento, los cuales permitieron orientar la intervención. Los datos cualitativos fueron analizados a través del software ATLAS.ti.

Luego de determinar una línea base, durante tres semanas se realizaron talleres sobre lenguaje radiofónico y creación de guiones, esto con el fin de que las participantes adquirieran

conocimientos generales sobre la radio y poder aplicar lo aprendido durante la creación y gestión de sus propios programas. Al finalizar las actividades sobre producción radial, se dividieron las 20 participantes en seis grupos y se les sugirió una serie de temáticas a abordar en sus programas, teniendo en cuenta lo evaluado en la Escala de Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE: libertad de expresión, toma de decisiones, resolución de conflictos, plan de vida, entre otras.

Las participantes de manera democrática escogieron el nombre y tipo de programa que deseaban liderar; de igual forma, realizaron una lista de temas que consideraban importantes abarcar, de acuerdo con sus gustos expectativas y necesidades, es decir, se llevó a cabo un proceso participativo donde cada grupo decidió qué quería comunicar y cómo quería hacerlo, sin limitarse a los temas sugeridos de manera previa por la investigadora y facilitadora del proyecto.

Los seis programas abordaron inicialmente algunos temas propuestos por las integrantes del Proyecto y otros sugeridos por la facilitadora de la intervención, con el fin de producir contenidos radiofónicos en una primera fase enfocados hacia la mujer en la esfera privada, para ese momento se abordaron temáticas tales como: la sexualidad en la mujer, planificación familiar, la violencia de género, plan de vida, el abuso sexual, la soltería, toma de decisiones entre otros.

Luego, estos seis programas en una fase final produjeron contenidos desde un enfoque de la mujer en la esfera pública, por tal razón, se abordaron temáticas tales como: las políticas públicas, leyes y derechos que amparan a las mujeres, identificación de problemas en su comunidad o barrio, el papel de la mujer en el postconflicto, autoridades y planes de gobierno, mecanismos de participación ciudadana y apoyo del Estado en la equidad de género, esto con el fin de generar una reflexión en cuanto al papel del género femenino en la sociedad.

Cada uno de los programas fueron grabados en la Emisora Zona CUC de la Universidad de la Costa en Barranquilla difundidos a través de un canal de podcast identificado como “Mujeres

en la Radio”; además, los productos radiofónicos se compartieron en la red social Facebook con el fin de que cualquier persona pudiese escucharlos o reproducirlos e inclusive comentar sobre su contenido. A continuación, se plantea un cuadro que resume los seis tipos de programas y las temáticas abordadas durante los cuatro meses que duró la intervención.

Programa	**Tipo de programa**	**Temas**
Voces Femeninas	Musical	Importancia de la mujer en la música, la mujer en el género Vallenato, representación de la mujer en Reggaetón, la mujer en la música romántica, el plan de vida y la toma de decisiones.
Típicamente	Opinión	La mujer y el acceso a la educación, imaginarios de belleza, el plan de vida, estereotipos de la mujer en los medios de comunicación.
RadioFem	Opinión	Qué es ser mujer, el plan de vida, la toma de decisiones, la soltería, el acoso sexual callejero.
Infórmate en la U	Informativo Cultura, salud y deporte	Sexualidad de la mujer, planificación familiar, la violencia de género, plan de vida, el abuso sexual, las mujeres en el deporte, el respeto hacia la mujer, el cáncer de seno, mujeres representativas en el arte y la música, participación de la mujer en el proceso de paz.
Girls Time	Variedades	El plan de vida, la soltería, la toma de decisiones, tipos de mujeres, los estereotipos en las relaciones de pareja, el mundo de las mujeres según los hombres.
Wonder Woman	Variedades	El papel de la mujer en el posconflicto, la equidad de género, tipos de amistades, qué es ser mujer, la autoestima, resolución de conflictos.

Tabla No. 7. Programas y temas abordados a noviembre de 2016 durante el Proyecto Mujeres en la Radio.

Los medios sociales fueron una herramienta importante en desarrollo de esta iniciativa, el proyecto contó con un perfil en Instagram en donde se publicaron imágenes y videos de los encuentros semanales; asimismo, a través de la página en Facebook se compartió material relacionado con los temas que las participantes abordaron en sus programas y se realizaron sesiones en vivo o transmisiones en directo, lo que permitió no solo visibilizar el trabajo y el proceso vivido por las mujeres, también, las participantes pudieron interactuar con familiares, amigos o personas que se interesaron por el proyecto.

Por otra parte, las mujeres realizaron visitas a distintos medios de comunicación en Barranquilla (prensa y radio), con el fin de socializar el trabajo realizado y contar cómo vivieron el proceso de apropiación de la radio y el impacto que tuvo en sus vidas. El tener un acercamiento con los medios de comunicación también les permitió cuestionar temas como los estereotipos y la participación de la mujer en distintos contextos.

Luego de que las jóvenes finalizaron el proceso de grabación sus programas, se aplicó nuevamente la Escala para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE para comprobar si se presentó una diferencia significativa al inicio del proceso y al finalizar la experiencia de radio participativa. Los datos fueron analizados a través del programa estadístico SPSS.

Por otro lado, se realizó un ejercicio de evaluación participativa para establecer los cambios más significativos en la agencia personal y empoderamiento a partir de la mirada de las participantes, dicha información se analizó también a través del software ATLAS.ti.

En primer lugar, se pidió a cada una de las participantes que en octavo de cartulina estableciera una línea de tiempo sobre momentos significativos de su participación en Mujeres en la Radio, a partir de tres momentos: un antes, un durante y un después de su participación. El antes hizo referencia a las situaciones que cada mujer identificó como relevantes en su vida y que tuvieron como consecuencia el hecho de que llegara a vincularse a Mujeres en la Radio. El durante, hizo referencia a las situaciones que tuvieron mayor significación y valoración personal durante la participación en el Proyecto, como aprendizajes específicos, valoraciones externas, interacción con otros actores, etc. Finalmente, el después, hizo referencia a situaciones que las mujeres vivieron e identificaron como consecuencia de su participación en el proyecto como decisiones

personales, participación en acciones, decisiones colectivas, etc., ya sea a favor de la vida personal como de los procesos relacionados con el propósito de Mujeres en la Radio.

Una vez terminado el ejercicio individual, los mapas se pegaron sobre las paredes en el entorno del salón y se llevó a cabo la exposición de cada uno de ellos. La puesta en común se realizó por momentos, es decir, primero el antes, luego el durante y finalmente el después. En cada caso, una vez concluidas las exposiciones individuales, el mismo grupo identificó elementos en común o diferenciadores entre las situaciones individuales y fue concluyendo los elementos que hicieron parte de lo común en la experiencia Mujeres en la Radio.

Luego de realizadas todas exposiciones individuales y el primer ejercicio de reflexión colectiva por cada uno de los momentos (antes, durante y después), la investigadora procedió a realizar una serie de preguntas orientadas hacia la expresión de opiniones en público, la planificación de actividades, el proyecto de vida, la toma de decisiones, y el conocimiento sobre leyes y derechos que amparan a las mujeres.

9. Análisis

9.1. Prueba de fiabilidad por consistencia interna (Alfa de Cronbach)

Durante el mes de junio de 2016 se llevó a cabo una prueba piloto de la Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE a un total de 70 mujeres de 17 a 24 años, de estratos uno al cuatro en Barranquilla. La fiabilidad por consistencia interna se calculó por medio del estadístico Alfa de Cronbach (α). Para el factor de Agencia Personal fue de α = 0.897 y para el Empoderamiento α= 0.892. Todas con un amplio margen por encima de 0,70 que es el mínimo requerido (Cronbach, 1951; Hayes, 2005).

Fiabilidad del Factor Agencia Personal

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	68	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,897	,901	35

Tabla No. 8. Fiabilidad del Factor Agencia Personal

Fiabilidad del Factor Empoderamiento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	68	100,0
	Excluido[a]	0	,0
	Total	68	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,892	,892	7

Tabla No. 9. Fiabilidad del Factor Agencia Personal

9.2. Agencia personal y empoderamiento de las jóvenes antes y después de la intervención "Mujeres en la Radio"

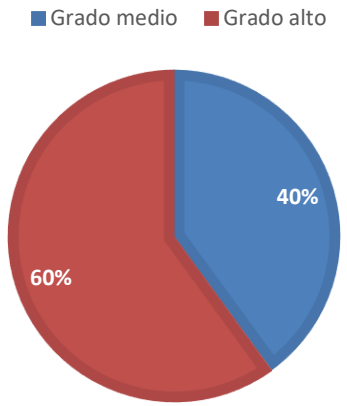
Para conocer el grado de agencia personal y empoderamiento de las jóvenes antes y después de la intervención "Mujeres en la Radio", se analizó a través del programa estadístico SPSS, los resultados de la Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE aplicada al inicio y final de la experiencia de radio participativa. Para dicha Escala, constituida por 42 ítems y con cuatro opciones de respuesta: "nunca", "casi nunca", "casi siempre", "siempre", se estableció un

puntaje de 42 a 83 puntos para determinar un grado bajo, 84 a 125 puntos para el grado medio y un puntaje de 126 a 168 para establecer un grado de agencia personal y empoderamiento alto.

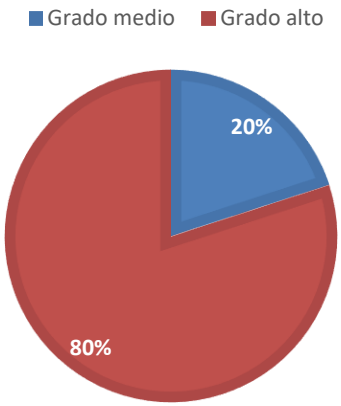
Grado de Agencia Personal y Empoderamiento	Puntaje en la Escala
Alto	126 a 168
Medio	84 a 125
Bajo	42 a 83

Tabla No. 10. Grados y Puntajes ESAGE. Fuente: elaboración propia.

El resultado de la Escala aplicada al principio de la intervención evidenció que el 60% de las jóvenes comenzaron el Proyecto "Mujeres en la Radio" con un grado alto de agencia personal y empoderamiento, y un 40% inició en un grado medio, en comparación con los resultados de la Escala aplicada al concluir la intervención, la cual arrojó que el 20% de las jóvenes al finalizar el Proyecto obtuvo un grado medio de agencia personal y empoderamiento, y un 80% se ubicó en un grado alto.



Grafica No 1. Grado de Agencia Personal y Empoderamiento antes de Mujeres en la Radio



Grafica No 2. Grado de Agencia Personal y Empoderamiento después de Mujeres en la Radio

A partir del resultado del pre - test y post - test de la Escala ESAGE, mencionado anteriormente, se estableció la diferencia significativa en la agencia personal y empoderamiento de las mujeres que obtuvieron un grado medio a través de la prueba de rangos con signo de Wilcoxon, una prueba no paramétrica, que debe su nombre a Frank Wilcoxon, quien la publicó en 1945, y es utilizada para comparar muestras relacionadas o analizar datos obtenidos en diseños antes-después, cuando la variable es cuantitativa medida en escala ordinal, con una muestra menor a 30 y también se puede utilizar como una prueba alterna a la t student. A continuación, se detallan los pasos que se llevan a cabo durante la prueba.

Prueba de Rangos con Signos de Wilcoxon
Se ordenan las diferencias por valor absoluto -- diferencias positivas tienen un signo + -- diferencias negativas tienen un signo.
Se suman las diferencias con signo + y las diferencias con signo –
Bajo la Ho de que la mediana = 0 se espera que la muestra tenga aproximadamente igual número de (+) que dé (–) o sea que: suma de rangos positivos = suma de rangos negativo

Fuente: Acuña, E. Estadística no paramétrica. Universidad de Puerto Rico.

La prueba de rangos con signo de Wilcoxon, realizada a través del Software Estadístico SPSS, establece que el “p-value” o nivel de significancia es igual a **.05**, por ende, se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se concluye que **existe una diferencia significativa** en el grupo de mujeres con grado medio de agencia personal y empoderamiento, antes y después de la implementación de Mujeres en la Radio.

Resultado prueba de rangos con signo de Wilcoxon

Rangos

		N	Rango promedio	Suma de rangos
POST_TEST - PRE_TEST	Rangos negativos	1[a]	4,00	4,00
	Rangos positivos	7[b]	4,57	32,00
	Empates	0[c]		
	Total	8		

a. POST_TEST < PRE_TEST
b. POST_TEST > PRE_TEST
c. POST_TEST = PRE_TEST

Estadísticos de prueba[a]

	POST_TEST - PRE_TEST
Z	-1,960[b]
Sig. asintótica (bilateral)	**,050**

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
b. Se basa en rangos negativos.

Ho: No hay diferencia significativa en la agencia personal y empoderamiento de las mujeres antes y después de la implementación de Mujeres en la Radio.

H1: Hay diferencia significativa en la agencia personal y empoderamiento de las mujeres antes y después de la implementación de Mujeres en la Radio.

Tabla No. 11. Prueba de Rangos con Signo de Wilcoxon.

Por otra parte, teniendo en cuenta los resultados del pre- test y post – test de cada uno de los ítems de la Escala ESAGE, obtenidos por el grupo de jóvenes que inició el Proyecto con un grado medio de Agencia Personal y Empoderamiento, se procedió a establecer si existe una diferencia significativa en cada reactivo de la Escala, antes y después de Mujeres en la Radio. Por

medio de la prueba de Rangos con Signo de Wilcoxon se halla que existe un nivel de significancia menor a 0.05 en cuatro ítems específicos del factor de Agencia Personal: “le doy demasiada importancia a las opiniones de los demás”, “me cuesta trabajo terminar lo que estoy haciendo”, “me gusta ser el primero en hacer cosas nuevas”, “siento que tengo poco control sobre lo que me pasa”. A continuación, se presentan los valores arrojados durante la prueba que establece la diferencia significativa por cada reactivo, antes y después de Mujeres en la radio.

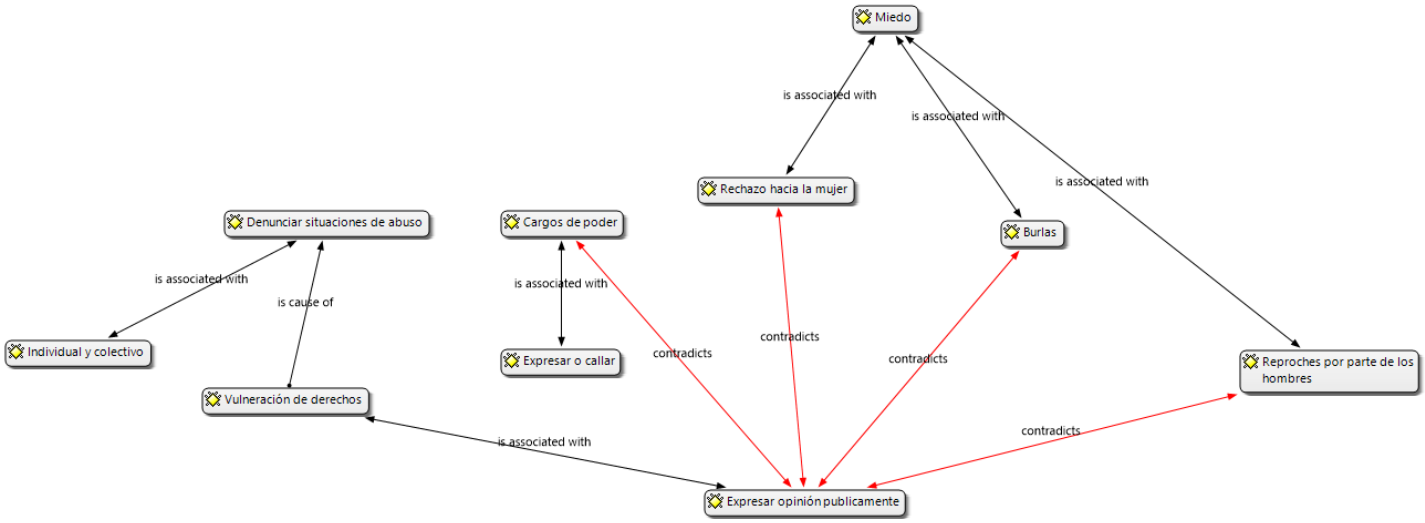
Resultado Prueba de Rangos con Signo de Wilcoxon Factor de Agencia Personal	
Reactivo	**Nivel de significancia Pre Test – Post Test**
Me cuesta trabajo terminar lo que estoy haciendo	0.014
Siento que tengo poco control sobre lo que me pasa	0.020
Le doy demasiada importancia a las opiniones de los demás	0,024
Me gusta ser el primero en hacer cosas nuevas	0,046

Tabla No. 12. Nivel de significancia por reactivo, factor Agencia Personal

9.3. Análisis de temáticas identificadas en la Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento, al inicio de “Mujeres en la Radio”

En el presente estudio se realizaron tres sesiones de grupos focales con las 20 jóvenes, al inicio del Proyecto, con el fin de orientar la metodología de intervención de “Mujeres en la Radio” y conocer de forma cualitativa la perspectiva de las mujeres en torno a los siguientes temas identificados en la Escala Para Medir la Agencia Personal y Empoderamiento, ESAGE: expresión de opinión públicamente, importancia a la opinión de los demás, toma de decisiones, plan de vida, resolución de problemas y conocimiento sobre leyes y derechos.

9.3.1 Expresión de opinión públicamente



Grafica No. 3 “Expresión de opinión públicamente”

Al analizar el tema sobre expresión de opinión públicamente se identificó inicialmente que las jóvenes relacionan esta temática con situación de vulneración de derechos, las mujeres se pronuncian ante dichas situaciones ya sea porque se sienten afectadas directamente o porque alguien de su entorno está siendo perjudicado; sin embargo, también manifestaron que las burlas, el rechazo hacia la mujer y los reproches por parte del género masculino generan miedos que no les permite expresarse públicamente.

Expresar la opinión públicamente depende del tipo de mujer, porque realmente se puede llegar al punto de que algunas mujeres ni siquiera expresen su opinión en algún momento, pienso que las mujeres que llegan al punto de hacerlo, es porque sienten que se les ha vulnerado alguno de sus derechos o principios (…) Lastimosamente las opiniones de las mujeres a veces no son tenidas en cuenta”. (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

De igual forma, algunas participantes aseguran que los cargos de poder son un factor determinante a la hora de expresar la opinión públicamente, porque les permite ser escuchadas y tenidas en cuenta, es decir, hay poca probabilidad de ser ignoradas o silenciadas.

"Yo pienso que las mujeres siempre expresan su opinión, independientemente de la situación en la que esté, pero cuando se hace públicamente, primero debes estar en un buen cargo, para saber que si lo vas a decir vas a ser escuchada, o si no vas a ser reprimida o callada u omitida… cuando tienes un cargo importante, tu opinión vale en el ámbito público" (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

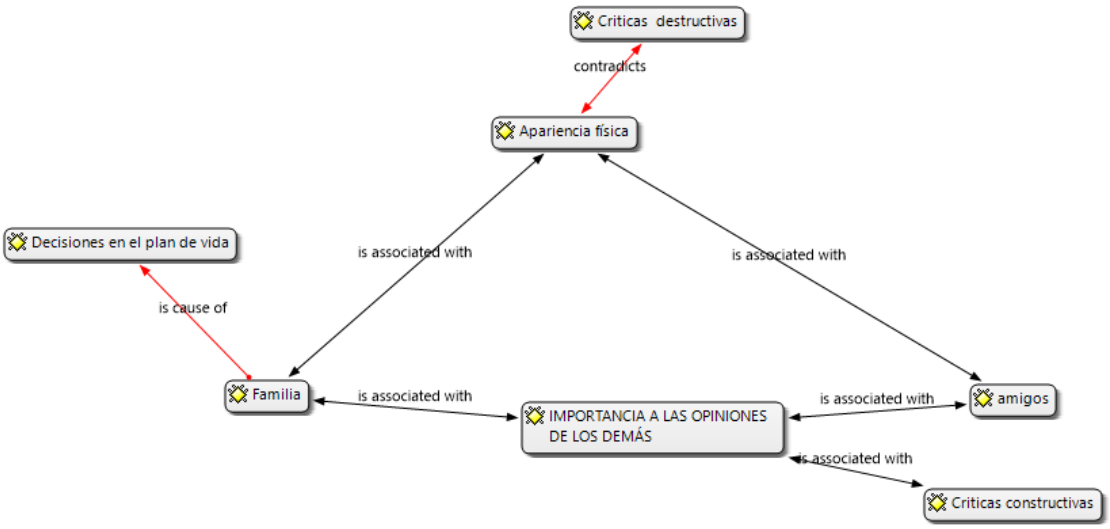
Algunas jóvenes atribuyen al machismo el hecho de que las mujeres se abstengan de expresar su opinión públicamente y consideran que "la sociedad no deja que la mujer tenga voz y voto" (Mujer, bachiller, 17 años), por ende, la mujer puede ser objeto de burlas, "estamos en una sociedad en donde la cultura es machista, entonces en muy pocas ocasiones las mujeres opinamos, no podemos dar un punto de vista en público porque nos sentiremos burladas, porque somos el sexo débil como nos han catalogado" (Mujer, estudiante de pregrado, 21 años).

Tabla No. 13. Conceptos relacionados a la expresión de opinión públicamente.

Principales conceptos	Testimonios
• Denuncia de situaciones de abuso, vulneración de derechos a nivel individual o colectivo. • Machismo: rechazo hacia la mujer, burlas, reproches y miedo.	• "Doy mi opinión cuando estoy al "tope" o no estoy de acuerdo" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Cuando ya uno se siente vulnerado, cuando algo lo está afectando directamente, es cuando uno se ve obligado a defenderse y expresar lo que piensa" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016) • "Expresar públicamente ya sería porque se necesita alzar la voz o decir que no me parece algo" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016) • "Por solo hecho de ser mujer uno a veces se siente cohibido de opinar algo diferente a lo que lo afecta uno por el miedo a que un hombre por lo general venga y lo reproche" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Vivimos en una sociedad en donde la cultura es siempre machista, entonces en pocas ocasiones las mujeres opinamos o podemos dar un punto de vista y más que todo en

• Cargos de poder son un factor determinante a la hora de expresar la opinión públicamente.	público, porque nos vamos a sentir burladas, porque somos el sexo débil como nos han catalogado" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Las personas no quieren darle importancia a la opinión de la mujer, hoy en día hay mucho machismo" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Yo pienso que las mujeres siempre expresan su opinión, independientemente de la situación en la que esté, pero cuando se hace públicamente, primero debes estar en un buen cargo, para saber que si lo vas a decir vas a ser escuchada, o si no vas a ser reprimida o callada u omitida… cuando tienes un cargo importante, tu opinión vale en el ámbito público" • "Expresar algo en público de pronto no es que le presten mucha atención, uno tiene que tener un buen cargo para ser escuchado, en ese sentido, la sociedad no deja que la mujer tenga voz y voto" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016).

9.3.2 Importancia a la opinión de los demás



Grafica No. 4 "Importancia a la opinión de los demás"

En relación con la importancia a la opinión de los demás las jóvenes manifiestan al inicio del proyecto que la opinión de la familia y amigos en determinada situación puede afectar de forma positiva o negativa sus puntos de vista, algunas opiniones incluso han influenciado decisiones de vida como la escogencia de una carrera, "como no recibí apoyo monetario para lo que yo quería,

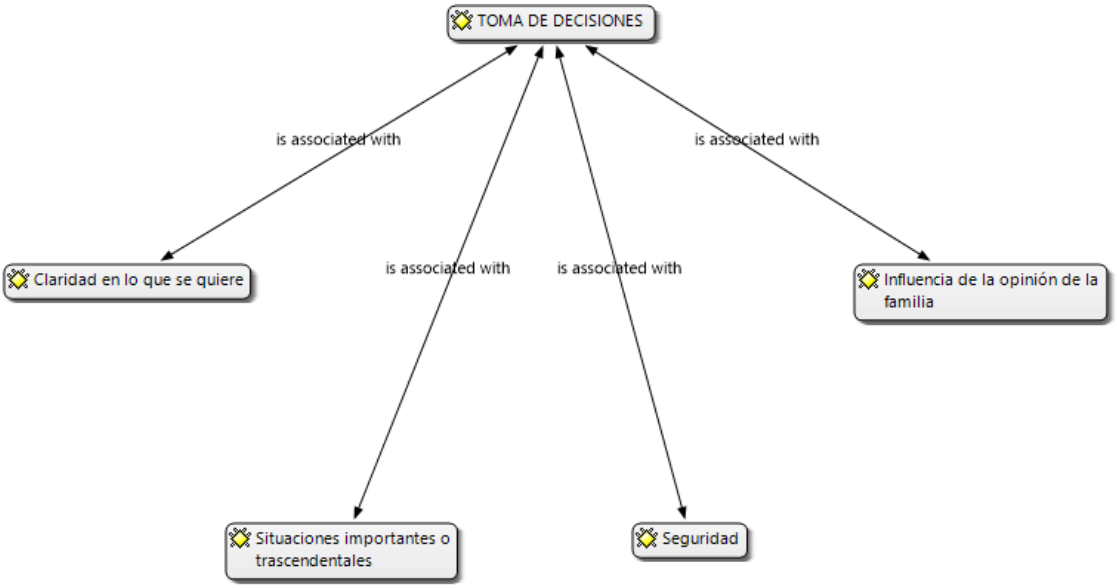
tuve que escuchar opiniones de mis papás sobre lo que ellos querían para mí, y me tocó, estudiarlo que ellos querían" (Mujer, estudiante, de pregrado, 19 años).

De igual forma, las jóvenes consideran que dan demasiada importancia a las opiniones de los demás siempre y cuando sea para mejorar, legitiman las críticas constructivas ya que las consideran un aporte positivo; sin embargo, aseguran que las opiniones sobre su apariencia física o modo de vestir en algún momento les han dado demasiada importancia.

En algún momento me afectó muchísimo la opinión que los demás tenían sobre mí, cuando me compraba una blusa me decía "¿será qué si me queda bien, será que a fulanito le puede gustar?", o sea no me importaba como veía yo sino en cómo me la iban a ver los demás" (Mujer, estudiante de pregrado, 19 años).

Tabla No. 14. Conceptos relacionados a la importancia a la opinión de los demás.	
Principales conceptos	Testimonios
• Opinión de la familia y amigos en determinada situación puede afectar de forma positiva o negativa la forma de pensar de las jóvenes.	• "Como no recibí apoyo monetario para lo que yo quería, tuve que escuchar opiniones de mis papás sobre lo que ellos querían para mí, y me tocó, estudiarlo que ellos querían" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016) • "Generalmente yo le doy importancia a las opiniones que me dan mis padres hacia mí, pero muy pocas veces tengo en cuenta la opinión del resto de personas" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016) • "Yo como persona, le doy importancia a la opinión de mis papás, que son las personas que han estado conmigo en el transcurrir en mi vida y quieren lo mejor para mí" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016).
• Las opiniones sobre la apariencia física o modo de vestir han sido importantes para las jóvenes.	• "En algún momento me afectó muchísimo la opinión que los demás tenían sobre mí, cuando me compraba una blusa me decía ¿será qué si me queda bien, será que a fulanito le puede gustar? o sea no me importaba como veía yo sino en cómo me la iban a ver los demás" (Mujer, comunicación personal, 2016). • "Hace como seis meses u ocho meses tomé la decisión de tatuarme, era lo que yo quería en el momento, pero cuando las personas se empezaron a dar cuenta me empezaron a criticar y más que todo las personas adultas, ahí yo me acomplejé un poco, entonces no quería mostrarlo" (Mujer, comunicación personal, 2016).

9.3.3 Toma de decisiones



Grafica No. 5 “Toma de decisiones”

Para las jóvenes la mujer “toma decisiones” cuando se enfrenta a situaciones importantes o trascendentales en su vida; de igual forma, las participantes aseguran que en algunas ocasiones la opinión de los padres puede influenciar una decisión, por ejemplo, cuando se encuentran ante situaciones complejas o difíciles, aunque reconocen que la autonomía y la seguridad son factores importantes a la hora de decidir.

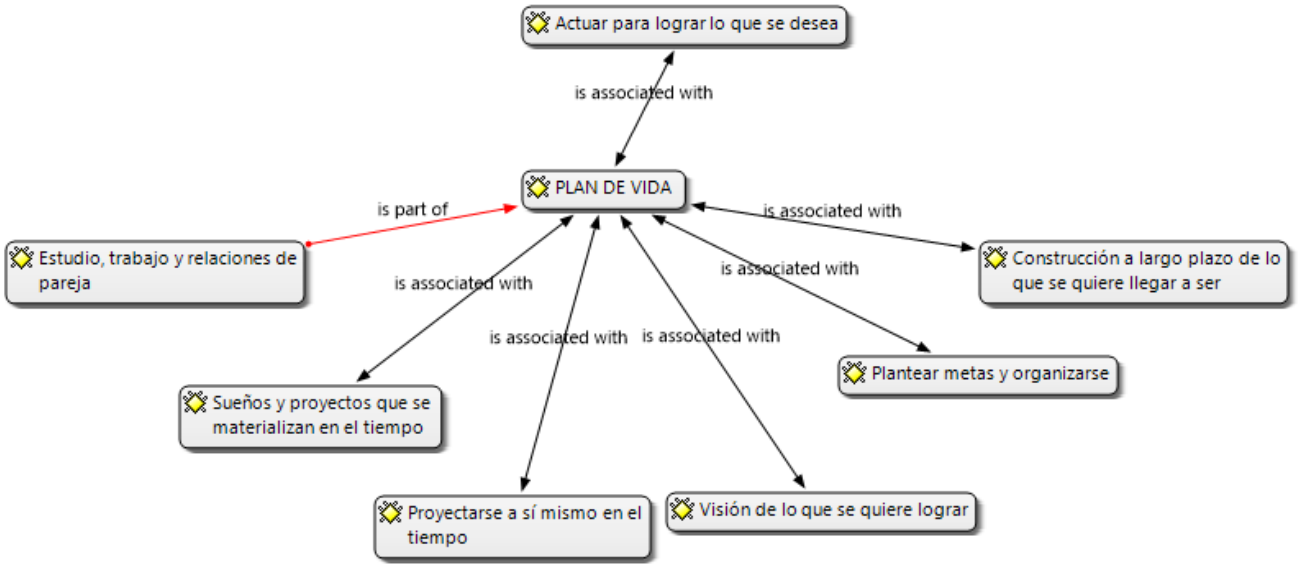
> *Soy capaz de tomar decisiones, pero siempre acudo a mi mamá, porque con ella tengo tanta confianza pues sé que la opinión que ella me va a dar es clara, aunque obviamente no olvido que la decisión es mía, pero ella me puede orientar para tomar la mejor decisión” (Mujer, estudiante de pregrado, 21 años).*

Por otra parte, el tener claridad de lo que se quiere la seguridad y confianza en sí misma son elementos importantes para las jóvenes a la hora de tomar decisiones, “con respecto al tema de la toma de decisiones creo que en estos momentos tengo un poco más de confianza, ya me ido

soltando un poco de eso de estar preguntando si lo que pienso está bien o está mal" (Mujer, estudiante de pregrado, 19 años). Asimismo, las jóvenes aseguran que en algún momento de la vida las personas deben aprender a tomar ciertas decisiones y tener criterio de lo que es bueno o malo, y reconocen que existe cierta influencia de las opiniones de sus familiares al momento de tomar decisiones.

Tabla No. 15. Conceptos relacionados a la toma de decisiones.	
Principales conceptos	Testimonios
• Para las jóvenes existe cierta influencia de las opiniones de sus familiares al momento de tomar decisiones. • Para las jóvenes la mujer "toma decisiones" cuando se enfrenta a situaciones importantes o trascendentales en su vida • El tener claridad de lo que se quiere la seguridad y confianza en sí misma son elementos importantes para las jóvenes a la hora de tomar decisiones	• Soy capaz de tomar decisiones, pero siempre acudo a mi mamá, porque con ella tengo tanta confianza pues sé que la opinión que ella me va a dar es clara, aunque obviamente no olvido que la decisión es mía, pero ella me puede orientar para tomar la mejor decisión" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016) • "(…) Al final la decisión la termino tomando por la opinión de un tercero o de alguien" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016) • "Para tomar las decisiones yo siempre le digo a mi hermano o a mi mamá, tengo mis "polo a tierra". Cuando tengo que tomar una decisión, yo siempre llamo a mi mamá porque yo la considero sabia, la admiro muchísimo y siempre necesito tener su opinión" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Cuando uno toma sus propias decisiones, es respecto al destino de uno, si yo quiero hacer algo es porque quiero o porque me nace, porque me gusta" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Yo pienso que una mujer toma decisiones respecto a su vida y a lo que va a pasar, pero también depende del tipo de mujer porque no todas tienen la confianza en si mismas, y de pronto el apoyo porque yo digo que en ciertas mujeres el apoyo hacia ellas y las personas que tienen a su alrededor influye mucho" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Las mujeres toman decisiones cuando se enfrentan a algo extremo (…) cuando se está en una posición complicada, tú dices, bueno esto depende de mí, a la final a la única que le va a afectar es mí, entonces ya yo tengo que tomar la decisión por mí misma" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "El momento en que una mujer toma sus propias decisiones depende mucho de la seguridad que tenga frente a eso que va a decidir, porque, de todas maneras, si se habla de decisión, obviamente es algo que va a cambiar, algo que va a influir, que va a generar algo diferente" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "En mi caso siempre he querido ser muy independiente en mis cosas y siempre pienso en tomar mis decisiones si me siento segura, siempre las tomo como pienso que debe de ser, cuando tengo alguna inseguridad lo consulto con mi mamá y mi papá pues son quienes realmente me conocen más" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016).

9.3.4 Plan de vida



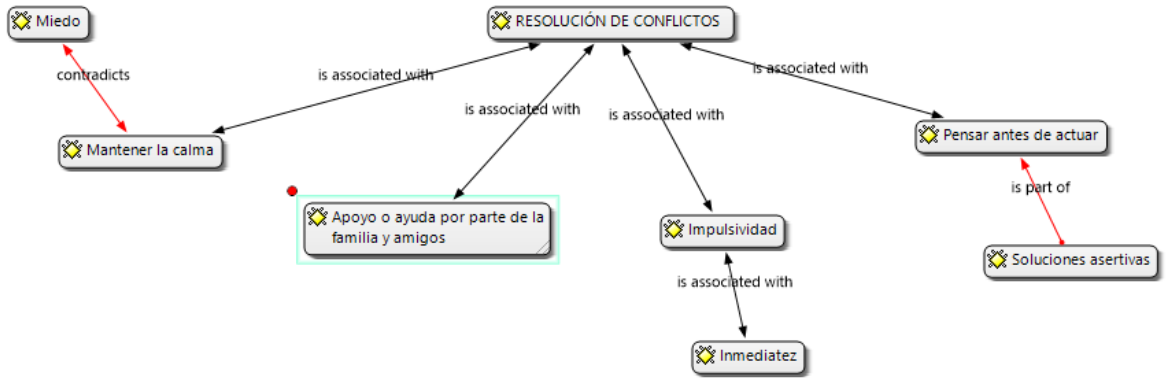
Grafica No. 6 “Plan de vida”

Para las jóvenes, el estudio, el trabajo y las relaciones de pareja son elementos importantes en el “plan de vida”, el cual para ellas se relaciona con la construcción a largo plazo de lo que se quiere llegar a ser, los sueños y proyectos que se van materializando en el tiempo, la visión de lo que se quiere lograr o proyectarse a sí mismo; de igual forma, las mujeres consideran que el plan de vida es organizarse de la mejor manera y plantear metas concretas, aunque también destacan que no solo es proponer sino actuar y luchar por lo que se desee alcanzar.

El plan de vida es la construcción de sueños y proyectos que poco a poco con esfuerzo va materializándose, tener claro que es lo que queremos, tener una visión, pensar en el futuro, pero haciendo las cosas en el presente para que eso pase” (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

Tabla No. 16. Conceptos relacionados al plan de vida.	
Principales conceptos	Testimonios
• Visión de lo que se quiere lograr, proyectarse a si mismo en el tiempo, plantear metas y organizarse, sueños y proyectos, son elementos asociados al plan de vida según las jóvenes.	• "El plan de vida es la construcción a largo plazo, de lo que uno quiere implementar en su vida, que es lo que quiere llegar a ser (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Construcción de sueños y proyectos que poco a poco con esfuerzo va materializándose, tener claro que es lo que queremos, tener una visión, pensar en el futuro, pero haciendo las cosas en el presente para que eso pase" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "El plan de vida es organizarse de la mejor manera, es proyectarse hacia el futuro, que uno quiere obtener, para donde va a ir y que metas quiere para su vida" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Para mí el plan de vida es proyectarse en tanto tiempo, pensar si vas a alcanzar tantas metas, tantos logros y va cambiando conforme el tiempo" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "El plan de vida es terminar la universidad, empezar a trabajar, y dependiendo las circunstancias y el tiempo vas planeando que quieres para tu vida" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016).

9.3.5 Resolución de conflictos



Grafica No. 7 "Resolución de conflictos"

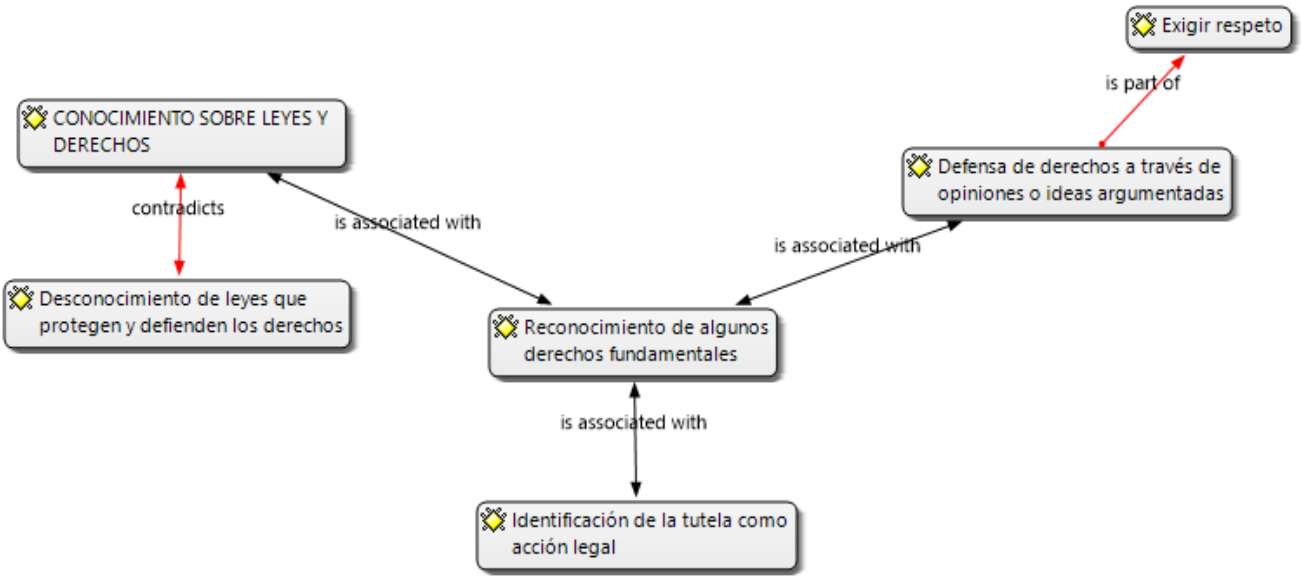
Continuando con el análisis, en relación con el tema de "resolución de conflictos", las jóvenes al inicio del proyecto consideran que ante los problemas o situaciones difíciles en ocasiones actúan impulsivamente y de manera inmediata, aunque manifiestan que también suelen buscar soluciones asertivas y pensadas.

Para las participantes, la opinión de la familia y amigos en una situación de conflicto o problema puede influenciar en la búsqueda de soluciones ya que para ellas son una fuente de apoyo o colaboración en los momentos difíciles; de igual forma, manifiestan que algunas situaciones suelen generar sentimientos de miedo o angustia pero aseguran que es importante mantener la calma cuando enfrentan algún problema o conflicto, además, para las jóvenes pensar antes de actuar permite encontrar soluciones asertivas "ante situaciones difíciles yo lo que hago es pensar y ahí es cuando llega la calma y la orientación de lo que debo hacer" (Mujer, estudiante de pregrado, 22 años).

Tabla No. 17. Conceptos relacionados a la resolución de conflictos.

Principales conceptos	Testimonios
• La opinión de la familia y amigos en una situación de conflicto o problema puede influenciar la búsqueda de soluciones. • Para las jóvenes pensar antes de actuar permite encontrar soluciones asertivas. • Ante los problemas o situaciones difíciles, las jóvenes en ocasiones actúan impulsivamente y de manera inmediata.	• "En mi caso, cuando tengo un problema y necesito resolverlo, siempre voy a necesitar la ayuda de alguien, de opiniones, de un amigo, un consejo, al final nadie va a tomar una decisión por mí, pero siempre como me ayuda como a pensar más las cosas (…) siempre busco ayuda, no soy buena para dar consejos y no soy buena aplicándolos (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Ante situaciones difíciles yo lo que hago es pensar y ahí es cuando llega la calma y la orientación de lo que debo hacer" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Por lo general lo que hago es un análisis del problema, y busco la manera, y si no busco una solución, y si no se da esa voy por otra y por otra hasta que se solucione" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Yo lo que hago ante una situación difícil es que canalizo, o hago algo como escuchar música o leer y en el peor de los casos cuando la situación está demasiado tensa lo que hago es que medito, pongo mi mente a que esté tranquila para poder tomar una decisión o medito, y espero a que mi mente esté tranquila para tomar una decisión" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "(…) Estuve en algún momento en los extremos, que no era capaz de algo, y en otro en el que estaba demasiado impulsiva, esa capacidad la he venido trabajando, el hecho de ver las consecuencias ha hecho que esa capacidad de resolver conflictos mejore" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Soy muy apresurada, porque a mí se me presenta algo y bueno "vamos a solucionar esto ya", y por lo general gracias a Dios siempre salgo bien, pero soy muy afanada, se me presenta algo y yo trato de solucionarlo en seguida" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016).

9.3.6 Conocimiento sobre leyes y derechos



Grafica No. 8 “Conocimiento sobre leyes y derechos”

El grupo de jóvenes al inicio de la intervención reconoce que en Colombia existen derechos como la vida, la libertad de expresión, la salud o educación, y considera que estos se pueden defender a través de la opinión o ideas argumentadas, además de exigir respeto cuando son vulnerados; asimismo, identifican la acción de tutela como un mecanismo que protege los derechos constitucionales.

Por otra parte, las jóvenes manifiestan que desconocen de las leyes de su país y aquellas que protegen y defienden los derechos, especialmente los de las mujeres, “uno a veces, independientemente de la carrera se despreocupa por conocer las cosas que pueden beneficiarlo a uno de cierta forma, porque conocer los derechos es tener fundamentos para reclamar o defender cualquier tipo de situación” (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

Tabla No. 18. Conocimientos sobre leyes y derechos.	
Principales conceptos	Testimonios
• Las jóvenes manifiestan que desconocen de las leyes de su país y aquellas que protegen y defienden los derechos, especialmente los de las mujeres.	• "Uno a veces, independientemente de la carrera, se despreocupa de saber las cosas que puede beneficiarlo a uno de cierta forma, porque conocer los derechos es tener fundamentos para reclamar o defender cualquier tipo de situación" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Tengo una prima que vive conmigo y estudia trabajo social, y siempre está nombrando leyes para que la mujer no sea maltratada o abusada, pero en sí nombres como tal no los se o si lo sé no lo recuerdo" (Mujer, comunicación personal, agosto 2016). • "Artículos y eso, no, pero bueno, conozco el caso de Rosa Elvira Cely, que fue violada, empalada y asesinada se creó una ley con su nombre para el tema de los feminicidios (…) y no sé si también la de Natalia Ponce, que fue quemada con ácido (Mujer, comunicación personal, agosto 2016).

9.4. Cambios más significativos en la agencia personal y empoderamiento a partir de la mirada de las participantes

En el proceso de la evaluación participativa realizada al final del proyecto se estableció una línea de tiempo sobre los momentos significativos para las 20 jóvenes que se vincularon a **Mujeres en la Radio,** a partir de tres momentos: un antes, un durante y un después de su participación. Las jóvenes fueron divididas en dos grupos para un mejor desarrollo de la actividad; sin embargo, a continuación, se presentan los resultados en una sola línea de tiempo a partir de lo identificado en las dos sesiones grupales.

El antes hizo referencia a las situaciones que cada mujer identificó como relevantes en su vida y que tuvieron como consecuencia el hecho de que llegara a vincularse a Mujeres en la Radio. El durante, hizo referencia a las situaciones que tuvieron mayor significación y valoración personal durante la participación en el Proyecto, como aprendizajes específicos, valoraciones externas, interacción con otros actores, etc. Finalmente, el después, hizo referencia a situaciones que las mujeres vivieron e identificaron como consecuencia de su participación en el proyecto como decisiones personales, participación en acciones, decisiones colectivas, etc., ya sea a favor de la vida personal como de los procesos relacionados con el propósito de Mujeres en la Radio.

ANTES	DURANTE	DESPUÉS
1. Necesidad de invertir el tiempo libre en algo productivo. 2. Querer demostrarse a sí misma y los demás de que son capaces. 3. Participar en emisoras escolares, conocer sobre la radio de manera indirecta. 4. Experiencias personales en las cuales han sentido desigualdad de condiciones por ser mujer. 5. Enterarse a través de medios sociales que era un proyecto solo de mujeres que podían y harían radio	1. Investigar antes de cada programa. 2. Expresar opiniones sin cohibirse. 3. Trabajar en equipo para sacar adelante el proyecto durante cada programa. 4. Autonomía a la hora de realizar sus programas. 5. Reflexionar de manera personal sobre el proceso y los distintos temas abordados en el proyecto; además de generar reflexión en otras personas ajenas a Mujeres en la Radio.	1. Fortalecer competencias comunicativas. 2. Ganar seguridad para expresarse y defender sus derechos. 3. Deseo de aprender más sobre el empoderamiento femenino. 4. Ayudar a que otras mujeres conozcan sus derechos, sean más seguras y se quieran a sí mismas. 5. Decisión de participar en proyectos de radio que les permita expresarse, generar reflexión y que otras mujeres puedan ser escuchados.

Tabla No. 19. Línea de tiempo proyecto Mujeres en la Radio

En relación con el **antes**, las jóvenes identifican situaciones como relevantes y que tuvieron como consecuencia el hecho de que llegaran a vincularse a Mujeres en la Radio, el tener la necesidad de invertir el tiempo libre en algo productivo, demostrarse a sí mismas y a los demás de lo que son capaces, además de haber participado en algún momento de una emisora escolar.

Por otro lado, las jóvenes al enterarse de que era un grupo solo de mujeres que haría radio influenció en la decisión de vincularse a la intervención, “el saber que era solo mujeres fue un empujón más para que hiciera parte de este proyecto” (Mujer, estudiante de pregrado, 17 años). Asimismo, el tema de las experiencias personales en las cuales han sentido discriminación por ser mujer ha sido un factor importante para las jóvenes en su decisión de participar en el proyecto.

Tabla No. 20. Situaciones que motivaron la vinculación a Mujeres en la Radio

Principales conceptos	Testimonios
• Necesidad de invertir el tiempo libre en algo productivo	• “La primera situación que me motivó a participar en Mujeres en la Radio fue el tener tiempo libre para realizar otras actividades a parte de la carga académica correspondiente al semestre” (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).
• Demostrarse a sí misma y los demás de que son capaces.	• “¿Estudiante de ingeniería ambiental en radio? Sí, esa era la pregunta que me hacían muchos. ¿Cómo una estudiante de ingeniería ambiental va estar en un programa de radio? eso no tiene nada que ver con ingeniería, me cuestionaban mis padres, amigos y conocidos, pero me dio más razones para comenzar a ser parte de Mujeres en la Radio” (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).

• Participación en emisoras escolares • Experiencias personales en las cuales han sentido desigualdad de condiciones por ser mujer. • Enterarse a través de medios sociales que era un proyecto solo de mujeres que podían y harían radio	• "Sentía la necesidad de alzar mi voz, ser escuchada, probarme a mí misma que sí puedo" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Participé en la radio de mi colegio" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Quería continuar proyectos de radio que había dejado estancados en mi etapa escolar" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Quería hacer sentir que mis opiniones fuesen escuchadas, me sentía reprimida por siempre tener puntos de vista diferentes" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Navegar en internet y encontrar un anuncio de radio para participar en un colectivo de mujeres y salir de mi zona de confort" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).

Por otra parte, en cuanto al **durante,** las jóvenes identifican como situaciones que tienen mayor significación y valoración personal durante la participación en Mujeres en la Radio los momentos en que debían investigar antes de cada programa, trabajar en equipo para sacar adelante el proyecto y el expresar sus opiniones sin cohibirse. "Desde el primer programa me gustó mucho que mi voz tenía un espacio y una importancia grande en cuanto a lo que yo pensaba" (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

De igual forma, los momentos en que reflexionaron de manera personal sobre el proceso y los distintos temas abordados en el proyecto ha sido significativo para las jóvenes, quienes además también destacan con mayor valoración el hecho de tener durante el proyecto autonomía en sus programas, poder decidir libremente que quieren comunicar y como quieren hacerlo. "Desconocía y aprobaba muchas cosas que la sociedad encuentra "normales", en Mujeres en la Radio, entendí que lo común o la costumbre no es necesariamente lo que está bien" (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

Tabla No. 21. Situaciones que tienen mayor significación y valoración personal durante la participación en Mujeres en la Radio	
Principales conceptos	Testimonios
• Investigar antes de cada programa.	• "Investigar a fondo sobre los temas me ha hecho ver que la información y la verdad va más allá de lo que muchas veces creemos" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Descubrí que la investigación es una herramienta para entender más y que no me debo quedar solo con lo primero que escucho" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).
• Expresar opiniones sin cohibirse.	• "Desde el primer programa me gustó mucho que mi voz tenía un espacio y una importancia grande en cuanto a lo que yo pensaba" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).
• Trabajar en equipo para sacar adelante el proyecto durante cada programa.	• "Trabajar en equipo es fundamental en este proyecto, ya que, si lo hacemos bien, saldrá mucho mejor que lo que muchas veces creemos" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Darme cuenta de que puedo trabajar en equipo, y que si distribuyo las funciones se puede lograr grandes cosas" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).
• Autonomía a la hora de realizar sus programas.	• "Tener la autonomía de crear mi propio programa" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Poder escoger el nombre y tipo de programa que queríamos" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).
• Reflexionar de manera personal sobre el proceso y los distintos temas abordados en el proyecto; además de generar reflexión en otras personas ajenas a Mujeres en la Radio.	• "Durante el proyecto empiezas a cuestionarte diferentes cosas referentes a la mujer y esto hace que uno se interese y motive a buscar información, conocer leyes, significados, historias y plantear alternativas que dan solución a diferentes problemas presentes en la vida de una mujer" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).

Finalmente, con respecto al **después,** las jóvenes manifiestan que el fortalecimiento de competencias comunicativas, la decisión de aprender más sobre el empoderamiento femenino y ganar seguridad al expresarse y defender sus derechos, son consecuencias de su participación en el Proyecto.

Cuando ingresé a Mujeres en la Radio, pensé que era un proyecto que buscaba un objetivo y lo cumplió. En cada sesión aprendí algo diferente y muy importante para mí, pude

identificar que mi habilidad para expresarme mejoraba, me sentía más segura (…) La seguridad que siento ahora sé que mejorará muchas cosas en mi vida, sé que puedo manejar cualquier situación que se me presente, en cualquier lugar y delante de muchas personas, es como un logro para mi" (Mujer, estudiante de pregrado, 17 años).

El ayudar a que otras mujeres conozcan sus derechos, sean más seguras y se quieran a sí mismas son también situaciones que las jóvenes identifican como consecuencia de su participación en el proyecto.

En la pensión donde vivía hubo un acto de agresión hacia una señora, y el decirle no acepte eso, aquí hay una Secretaría de la Mujer que la puede ayudar, denúncielo, no calle más, fue algo que aprendí de Mujeres en la Radio... Me da mucha alegría" (Mujer, estudiante de pregrado, 17 años).

Para las jóvenes la decisión de vincularse a proyectos de radio que les permita expresarse, generar reflexión y que otras mujeres puedan ser escuchadas, es resultado de la participación en Mujeres en la radio "una de las decisiones y la principal es realizar una propuesta de un programa de radio a la Universidad para que me permitan seguir vinculada a este medio, teniendo siempre el enfoque de empoderamiento a la mujer" (Mujer, estudiante de pregrado, 20 años).

Tabla No. 22. Situaciones como consecuencia de la participación en el proyecto

Principales conceptos	Testimonios
• Fortalecer competencias comunicativas.	• "El día en que decidí no seguir leyendo lo mismo que tenía en el guión, gane mucho como mas confianza con migo misma, porque desde ese entonces expresaba lo que sentía no lo que estaba plasmado en un papel" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Después del proceso aprendí a fortalecer mis habilidades comunicativas" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).
• Ganar seguridad para expresarse y defender sus derechos.	• "En situaciones donde me toca exigir mis derechos ya lo hago sin ningún temor" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).

• Deseo de aprender más sobre el empoderamiento femenino. • Ayudar a que otras mujeres conozcan sus derechos, sean más seguras y se quieran a sí mismas. • Decisión de participar en proyectos de radio que les permita expresarse, generar reflexión y que otras mujeres puedan ser escuchados.	• "Me atrevo a decir lo que siento y pienso, me hago oír y a decir no más" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "Luego de este proyecto descubrí que quiero empaparme más sobre el tema del empoderamiento" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "En la pensión donde vivía hubo un acto de agresión sobre la señora y el decirle no acepte esto aquí hay una secretaria de la mujer que la pueden ayudar denúncielo no calle más" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "He decidido continuar trabajando en la equidad de género y estar vinculada a actividades referentes al empoderamiento de la mujer" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).

Por otra parte, luego de establecer los momentos de la línea de tiempo, mencionada anteriormente, las jóvenes identificaron cambios y aprendizajes sobre algunos temas identificados en la Escala para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE al inicio de la intervención y mencionados en párrafos anteriores: expresión de opinión públicamente, toma de decisiones, planificación de actividades y de vida, y conocimiento sobre leyes y derechos, específicamente orientados hacia las mujeres.

Con respecto a **expresar la opinión públicamente** las jóvenes manifiestan que, entre los cambios como resultado de su participación en el proyecto se destacan la seguridad a la hora de decir lo que piensan, hablar con mayor fluidez y el no quedarse calladas ante las injusticias. "Mujeres en la radio me ayudo a tener más bases para seguir expresando cada opinión sin ningún temor alguno. Dar opiniones a otras personas, todo grupo es válido porque cada uno tiene derecho a expresar lo que piensa ante una situación desfavorable o no. Quedarse callado no es bueno" ((Mujer estudiante de pregrado, 22 años).

De igual forma, las jóvenes identifican cambios a la hora de organizar sus ideas y pensar al momento de expresar su opinión "yo soy muy impulsiva, entonces en seguida sin organizar mis ideas iba y hablaba, entonces aprendí a pensar un poco más antes de hablar, organizar mis ideas

para expresarme mejor y que las personas puedan entenderme" (Mujer, estudiante de pregrado, 19 años).

Tabla No. 19. Cambios relacionados a la expresión de opinión públicamente.	
Principales conceptos	Testimonios
• Cambios en aspectos como la seguridad a la hora de decir lo que piensa, hablar con mayor fluidez y el no quedarse calladas ante las injusticias.	• "Pude identificar que en cada sección mi habilidad para expresarme mejoraba me sentía más segura hasta que llego el punto que sentí que no necesitaba leer y también podía hablar con mis propias palabras algo que no hacía por miedo a equivocarme en lo que iba a decir, la seguridad que siento ahora sé que mejorará muchas cosas en mi vida" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "Anteriormente mis opiniones las decía sin ningún inconveniente, participar en mujeres en la radio me ayudo a tener más bases para seguir expresando cada opinión sin ningún temor alguno. Dar opiniones a otras personas ya sea grupo es válido porque cada uno tiene derecho a expresar lo que piensa ante una situación desfavorable o no. Quedarse callado no es bueno" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016).
• Cambios en aspectos como la seguridad a la hora de decir lo que piensa, hablar con mayor fluidez y el no quedarse calladas ante las injusticias.	• "Hay cambios significativos, como por ejemplo el hecho de no quedarme callada ante las injusticias, hay con qué sentirnos respaldadas. Nunca he sido tímida para hablar en público, pero siempre sí ha sido bajo un libreto, hoy puedo pararme en público sin libreto, solo con un pensamiento para expresar y las ganas de marcar la diferencia y motivar a otro de la haga conmigo" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "Como cambio obtenido gracias a las indicaciones y consejos dados durante el proyecto, he notado que al expresar mis opiniones y hablar en público, lo hago un poco más fluido que antes y que hay más seguridad al lanzar cualquier tipo de comentario como retroalimentación del tema que se esté exponiendo en determinado momento" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "A pesar de que ya poseía una habilidad para hablar en público y expresar mis opiniones sin ningún problema, la experiencia y participación en este proyecto, me ha permitido aumentar y fortalecer esta habilidad al hacerlo con mayor fluidez y seguridad; entendiendo que lo que expreso es importante, que mi opinión cuenta y que es necesario siempre tener una información clara y fiable a la hora de hablar en público" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016).

Por otra parte, en relación con la **toma de decisiones**, las jóvenes consideran que las actividades prácticas desarrolladas durante el proyecto se relacionan con aprendizajes sobre la toma de decisiones, "para mi fueron en todas las situaciones que viví durante el proyecto porque para cada situación que se presentó mirábamos las diferentes opciones para elegir o resolver si era necesario y esto hace parte de la toma de decisiones no solo individual sino grupal".

De igual forma, se identifica que, como resultado del proyecto, el aprender a escuchar las opiniones de los demás para entender las diferentes forma de pensar cuando en una situación alguien contradice o no está de acuerdo con una decisión que se quiera tomar, "yo aprendí que debemos saber no solo lo que yo quiero sino lo que la otra persona piensa para poder tomar una decisión, pues si nos basamos solo en lo que uno piensa no se toma una decisión objetiva solo basada en lo que uno quiere y ya" (Mujer, estudiante de pregrado, 17 años).

Tabla No. 20. Situaciones relacionadas a la toma de decisiones.	
Principales conceptos	Testimonios
• Actividades desarrolladas durante el proyecto llevaron a aprendizajes sobre toma de decisiones, escuchar opiniones de los demás cuando no están de acuerdo con una decisión que alguna desea tomar.	• "El hecho de tener a cargo la responsabilidad de sacar un programa cada semana me llevó a organizarme más y decidir, en ocasiones quería decir y hacer tantas cosas que en un solo programa no podía y debía decidir y diferenciar qué o cual era lo mejor" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "El momento, cuando las chicas y yo decidimos hablar del tema toma de decisiones y la importancia que acarrea tomar una decisión, aprendí a tomar una decisión y mirar las consecuencias que esta puede traer o los beneficios de la misma" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "Prácticamente el tercer programa de Típicamente, creo, evidenciamos por medio de muchos aportes de los oyentes y de cifras de estudios referente al tema, que la toma de decisiones que debe ser correcta está literal arraigada al patriarcado o a lo moral en una comunidad conservadora o no, tanto por parte de las mujeres como de los hombres. Y es allí donde se fue creando una especie de conjetura propia para mis compañeras y yo, porque tomando tantos datos, leyendo tanta información que habla de cosas con las que no estuvimos de acuerdo y otras con las que sí, prácticamente desarrollamos una posición ante eso, de la cual aprendimos, entendimos el porqué de prohibiciones de ciertos comportamientos de las niñas y la liberalidad de algunos de los niños y con esto tuvimos suficiente para saber cómo empezar a tomar nuestras propias decisiones" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016).

En relación con el **Plan de vida** y la **planificación de actividades**, las participantes consideran que hubo cambios en cuanto a la forma de organizar sus actividades, teniendo en cuenta el tiempo y el momento en que estas se realizarán, y cada una de los objetivos y metas que hacen parte de sus planes de vida; además, reconocen tener mayor empeño, responsabilidad y disciplina en las diversas situaciones que se presentan en su vida personal y familiar. "Este proyecto me

ayudó a manejar un adecuado orden teniendo en cuenta el tiempo y el momento en que se realizaran las actividades planificadas y tener en cuenta cada una de los objetivos y metas que hacen parte de mi proyecto de vida" (Mujer, estudiante de pregrado, 19 años).

Tabla No. 21. Aprendizajes relacionados al plan de vida y planificación de actividades	
Principales conceptos	Testimonios
• Manejo del tiempo y organización a la hora de programar alguna actividad. • Mayor empeño, responsabilidad y disciplina • Manejo del tiempo y organización a la hora de programar alguna actividad.	• "Aprendí a seguir una serie de pasos y herramientas para cada planificación de las actividades que estuve en este proyecto como fue elaborar el guion para cada grabación con mis compañeras (…) esto ha influenciado mucho en mi proyecto de vida ya que después de una sección de grabación que se habló de este tema lo elabore nuevamente para organizarlo mejor siento que esto ayudará mucho en las demás actividades que tenga y en mis labores de mi diario vivir" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "Los cambios obtenidos es tener más empeño, responsabilidad, disciplina ante cada acontecimiento que se me ha presentado tanto en la universidad, como en la vida personal y familiar" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "Manejar un adecuado orden teniendo en cuenta el tiempo y el momento en que se realizaran las actividades planificadas y cada una de los objetivos y metas que hacen parte de mi proyecto de vida" (Mujer, comunicación personal, noviembre 2016). • "He aprendido a tener más orden y control de mi tiempo y actividades diarias; he cumplido una de mis metas trazadas (estar en una emisora)" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "(…) Me di cuenta que no todo se puede planear de manera corriente, apartando las horas de la grabación o de la realización de contenido, sino que requería un poco más de colectividad y considero, que es muy importante tener conocimiento de ello, aprender de las cosas que no salen como estaba planeado y poder comprender el manejo óptimo de eso para situaciones cotidianas y profesionales futuras. (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016).

Con respecto al **conocimiento sobre leyes y derechos** que amparan a las mujeres, las jóvenes manifiestan que han podido conocer un poco más del tema y saber qué hacer en caso de vulneración de sus derechos, como resultado del trabajo durante los últimos programas enfocados en la temática de interés.

"La experiencia en este proyecto me enseñó que las mujeres juegan un papel muy importante en la sociedad y que está protegida por muchas leyes que no sabía que existían, esto le da un cambio a mi vida y sé que puedo ayudar a muchas mujeres que son víctimas de agresión, y no solo a ellas, esto me ayuda a mi principalmente porque sé que nadie me puede tocar un pelo. Este proyecto me ayudó a ser más fuerte, más sólida, a no dejar que nadie me dañe por sus comentarios o demás cosas, siento que puedo ser libre, que puedo ser yo sin sentir miedo a lo que las demás personas puedan pensar de mí" (Mujer, estudiante de pregrado, 17 años).

Tabla No. 22. Aprendizaje sobre leyes y derechos.	
Principales conceptos	Testimonios
• Leyes y derechos que amparan a las mujeres, mecanismo de defensa de sus derechos.	• "De acuerdo con el tema relacionado con los derechos de la mujer y mecanismos de defensa, tuve la oportunidad de conocerlos a fondo al momento de tratar en los diversos programas de temas acerca de la violencia contra la mujer, donde se nombraron organizaciones que cobijan a la mujer y los pasos a seguir cuando una mujer es víctima de cualquier tipo de violencia, equidad de género y discriminación" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "El momento en que decidimos hablar acerca de las leyes de las mujeres en nuestros últimos dos programas radiales, conocer que tenemos normas y leyes que nos cobijan y que si sufrimos algún acto violento sé dónde puedo acudir" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016). • "El último programa que mi grupo realizó estuvo directamente enfatizado en las leyes y los derechos que protegen a las mujeres, yo no sólo supe de leyes que tienen nombre de mujeres que han sido violentadas, asesinadas o abusadas tanto física, legal o moralmente, sino que pude conocer también de que manera podía hacer valer mis derechos y de qué manera me protegía el estado a mí y a todas las mujeres del país y con esto poder defenderme" (Mujer, comunicación personal, noviembre, 2016).

10.Discusión

10.1. En relación con la Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE

Los resultados de la escala ESAGE mostraron que existe una diferencia significativa en el grupo de mujeres con grado medio de agencia personal y empoderamiento, antes y después de la implementación de Mujeres en la Radio. De igual forma, se encontraron cuatro ítems de la escala ESAGE que fueron determinantes al momento de establecer diferencias significativas en la agencia personal y empoderamiento de las mujeres: "le doy demasiada importancia a las opiniones de los demás", "me cuesta trabajo terminar lo que estoy haciendo", "me gusta ser el primero en hacer cosas nuevas", "siento que tengo poco control sobre lo que me pasa".

Si bien es cierto que antes de "Mujeres en la Radio" las jóvenes manifestaron en las sesiones de grupos focales que la opinión de la familia y amigos en determinadas situaciones han influenciado sus opiniones e incluso sus decisiones, la diferencia significativa en el reactivo ***"le doy demasiada importancia a las opiniones de los demás"***, muestra que después del proyecto hubo un cambio positivo con respecto a este ítem, el cual se relaciona directamente con la autonomía, un concepto psicológico que para Pick et al. (2007), está vinculado a la agencia personal. Cabe resaltar que "cuando la autonomía es baja, las personas sienten la presión de demandas, estándares, reglas y expectativas externas, además de sentir que están a la merced de dichas expectativas" (p.296), por el contrario, una persona autónoma es capaz de seguir sus propias normas, no regirse por las opiniones de los demás y toma sus propias decisiones.

Por otra parte, los resultados de la escala ESAGE aplicada al inicio del Proyecto mostraron que las jóvenes consideraban tener dificultades para terminar las actividades emprendidas y una menor motivación o interés en hacer cosas nuevas; sin embargo, la diferencia significativa en los

reactivos ***"me cuesta trabajo terminar lo que estoy haciendo"*** *y* ***"me gusta ser el primero en hacer cosas nuevas"***, muestran que al finalizar la intervención, hubo cambios positivos en relación a estos ítems y por ende en su agencia, teniendo en cuenta que esta "incorpora más que la acción; también incluye la intención, el significado, la motivación y el propósito que los individuos imprimen en sus actividades" (Citado en Pick et.al, 295)

En este sentido, se estaría hablando específicamente de un cambio en la autodeterminación, entendido como "la combinación de habilidades y conocimientos que predisponen a la persona a comprometerse con una conducta autónoma, autorregulada y con objetivos. La autodeterminación supone tener conocimientos de las propias capacidades, así como ser consciente de las limitaciones" (Zapata, 2013, p.2).

En lo que respecta al reactivo ***"siento que tengo poco control sobre lo que me pasa"***, la diferencia significativa (antes- después) de "Mujeres en la Radio" muestra que las jóvenes luego de su participación en el Proyecto consideran tener un mayor control sobre lo que acontece en sus vidas. Cabe señalar que el concepto de control reiteradamente se asocia con el "locus de control" que puede ser interno o externo, las personas con locus de control interno fuerte, creen que sus acciones determinan lo que les ocurre, es decir, que el éxito o fracaso solo depende de sus propios esfuerzos, por el contrario, el control externo implica que la conducta del individuo no importa y que las recompensas o situaciones en la vida son determinadas por la suerte, el azar o depende de otras personas con poder (Pick, et al., 2007).

De igual forma, es preciso señalar que el término "control", es abordado en la literatura tanto de la agencia personal como del empoderamiento, teniendo en cuenta que este último no ocurre en el vacío, empoderar a las personas implica ayudarlos a convertirse en agentes (Samman

y Santos, 2009). Por ejemplo, Montero (2003) señala que el empoderamiento es un proceso a través del cual individuos interesados y grupos organizados o miembros de una comunidad, "desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para *controlar* su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos" (p.72).

10.2. En relación con los cambios más significativos en la agencia personal y empoderamiento a partir de la mirada de las participantes

Los hallazgos de la evaluación participativa en donde las jóvenes realizaron una línea de tiempo sobre momentos significativos de su participación en Mujeres en la Radio, a partir de un antes, durante, y después, mostraron inicialmente que las jóvenes con interés por esta clase de intervención, son aquellas que no solo cuentan con tiempo libre durante su diario vivir, sino también son conscientes de la importancia de emplear su tiempo en actividades productivas, han reflexionado sobre sus capacidades y desean demostrarse a sí mismas y a los demás que pueden realizar cualquier actividad ajena a su formación académica o profesional.

De igual forma, se identifica que el haber participado previamente en una emisora escolar puede ser un motivo para decidir vincularse a proyectos como "Mujeres en la Radio", y aunque no todas las jóvenes han tenido un acercamiento a este medio de comunicación, se han relacionado con este de forma indirecta, ya sea porque alguien cercano al campo de la comunicación les ha hablado sobre el medio o porque existe un gusto por escuchar radio.

Por otra parte, se determina que, el vivir experiencias de desigualdad de condiciones por ser mujer, es un factor que puede motivar la participación de mujeres jóvenes en un proyecto de

radio participativa, puesto que lo consideran un espacio en el que sus opiniones son escuchadas e incluso valoradas.

De otro lado, en cuanto a los cambios identificados por las jóvenes luego de su participación en el Proyecto se destaca que la iniciativa les ha permitido expresar opiniones sin cohibirse lo que ha generado en ellas una mayor seguridad a la hora decir lo que piensan o de expresarse y defender sus derechos, además de hablar con mayor fluidez y no quedarse calladas ante las injusticias, a pesar de que existen algunos factores que para las jóvenes pueden cohibir su expresión públicamente y que fueron identificados al inicio del Proyecto, como la cultura machista, las burlas, el rechazo hacia la mujer y los reproches por parte del género masculino que pueden generar miedo o temor en ellas.

Por otra parte, para las jóvenes las actividades prácticas del proyecto como preparar sus programas y abordar la toma de decisiones durante las grabaciones y sesiones en vivo, son situaciones que para ellas se relacionan con aprendizajes sobre esta temática, no solo de forma individual sino grupal, y, por ende, han contribuido a nuevas formas de organizar sus ideas y decidir en diversas situaciones, además de aprender a escuchar las opiniones de los demás para entender las diferentes formas de pensar cuando en una situación alguien contradice o no está de acuerdo con una decisión que se quiera tomar. Asimismo, cabe resaltar que después del Proyecto las jóvenes han decidido participar en iniciativas de radio que les permitan expresarse, generar reflexión e involucrar otras mujeres para que sean escuchadas.

Cabe señalar que la toma de decisiones es un elemento asociado a la agencia y empoderamiento de las personas, autores como Alsop (2006) plantean que, si los individuos o grupos están empoderados, poseen la capacidad de tomar decisiones eficaces, es decir, transforman

sus decisiones en acciones y resultados deseados. Esta capacidad, se ve influenciada por dos factores interrelacionados, la agencia y la estructura de oportunidades. La agencia se refiere a la habilidad de una persona de tomar decisiones significativas, con un propósito, es decir, considerar y elegir deliberadamente entre las distintas opciones. La estructura de oportunidades se refiere a factores contextuales que afectan la medida en la cual un sujeto puede transformar las opciones en una acción efectiva (Alsop, 2006).

Por otro lado, para las jóvenes el estudio, el trabajo y las relaciones de pareja son elementos importantes en el "plan de vida", que para ellas se relaciona con la construcción a largo plazo de lo que se quiere llegar a ser, los sueños y proyectos que se van materializando, la visión de lo que se quiere lograr u organizarse de la mejor manera y plantear metas concretas. En este caso, las jóvenes identificaron cambios en la forma de organizar sus actividades, teniendo en cuenta el tiempo y el momento en que estas se realizarán y cada uno de los objetivos y metas que hacen parte de sus proyectos de vida; además, manifiestan tener más empeño, responsabilidad, disciplina ante cada acontecimiento que se les presenta tanto en la universidad, como en la vida personal y familiar. De acuerdo con lo anterior, se puede decir que los cambios identificados por las jóvenes se asocian a la agencia, teniendo en cuenta que el concepto se relaciona con la capacidad que tienen las personas de definir sus metas y actuar de acuerdo con ellas (Kabeer, 1999)

Si bien es cierto que al iniciar "Mujeres en la Radio" las jóvenes desconocían sobre derechos y leyes en Colombia, especialmente aquellas que amparan a las mujeres, como resultado del Proyecto las participantes tienen un mayor conocimiento del tema y saben qué hacer en caso de vulneración de sus derechos, debido al trabajo realizado durante los últimos programas enfocados en la temática de interés; asimismo, consideran ayudar a otras mujeres a que conozcan sus derechos, sean más seguras y se quieran a si mismas. Estos cambios obedecen a un proceso de

empoderamiento en cual las jóvenes toman consciencia de las dinámicas de poder que operan en el contexto de sus vidas, desarrollando habilidades y capacidades para obtener un *control* razonable sobre estas, ejercitar su control sin infringir los derechos de los demás y apoyar el empoderamiento de otros en la comunidad (Jackson, 1994).

10.3. En relación con la Comunicación Para el Cambio Social

Uno de los indicadores para la medición de procesos comunicativos de carácter participativo es la *disponibilidad de medios que le permitan a la gente o las comunidades incorporar sus voces al debate y al dialogo* (Communication for Social Change Consortium, 2003). En este caso resulta notable que el Proyecto ha permitido a las jóvenes disponer de la radio para expresar sus opiniones, aspiraciones, necesidades, y la manera en que colectivamente pueden alcanzar sus metas y mejorar su calidad de vida.

"Mujeres en la Radio" ha facilitado procesos de dialogo y debate, ha promovido la confianza y convicción a los actores sociales para que se apropien del proceso, y definan que quieren comunicar y cómo quieren hacerlo. Al respecto conviene decir que para las jóvenes entre las situaciones que tienen mayor valoración durante la intervención, son el ser autónomas en sus programas, trabajar en equipo e investigar las temáticas a tratar durante las grabaciones, elementos que han facilitado el uso de información más precisa al realizar diálogos y debates.

De igual forma, se puede decir que el Proyecto favoreció la creación de nuevos escenarios y herramientas que permitieron ampliar los procesos de dialogo y debate sobre los temas priorizados, teniendo en cuenta que "Mujeres en la Radio" es una iniciativa desarrollada en el entorno de lo digital, que considera la evolución de las tecnologías de comunicación e información

que ha transformado el modo de concebir la comunicación (Soengas, 2013). La prensa, radio y televisión poco a poco han cambiado su modo de trabajo, los nuevos medios se han vinculado a ellos, logrando espacios de interactividad, instantaneidad y ubicuidad. La era digital ha llevado a que la radio se adapte a diversas maneras de llegar al público, como transmitir en vivo y en directo a través de internet, en diferido por medio de podcast y la exploración de enlaces.

En este punto es claro que el Proyecto concibe la comunicación como un proceso de doble vía, bajo una lógica horizontal, que promueve el empoderamiento y movilización de los actores, la participación y toma de decisiones; además la intervención privilegia el proceso comunicacional por encima de los productos, ya que estos y su difusión, no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación (Gumucio, 2011), pasa del acceso a la participación y de las dinámicas individuales a las colectivas (Del Valle, 2007).

Por otra parte, se identifica que "Mujeres en la Radio" le apuesta a la *práctica de la inclusión de los grupos sociales que siempre han estado excluidos*, uno de los indicadores de cambio a los que le apunta la Comunicación Para el Cambio Social (Figueroa, Kincaid, Rani y Lewis, 2002); además, el Proyecto motivó y facilitó el acceso a la participación de mujeres y nuevos liderazgos; cabe recordar que, aunque hace 20 años, los 189 Estados miembros de las Naciones Unidas reconocieron que los medios de comunicación son cruciales para el cambio de los estereotipos de género que influyen en la forma de pensar y actuar de las personas, cifras actuales indican que continúa siendo necesario un aumento en la participación de la mujer en los medios de comunicación.

De acuerdo a una investigación realizada en el 2015, por el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP por sus siglas en inglés), tan solo el 37% de las notas informativas en los

distintos medios de difusión, lo reportan mujeres, además hay una mayor presencia de reporteras en la radio (41%) y menos en los diarios (35%); además, una de las lecturas más generalizadas es la relacionada con la frecuencia en que ellas son representadas como sujetos sexualizados o cosificados y son relacionadas con términos como dependencia, fragilidad y afectividad, a diferencia de los hombres, a quienes a lo largo del tiempo se les ha asociado con valores como inteligencia, competitividad, valentía y determinación. De cualquier forma, es posible encontrar una serie de estereotipos que fomentan y prologan la discriminación de género.

Por otro lado, se considera que el proyecto facilitó el aprendizaje de conocimientos que repercuten en un mejor tratamiento de las temáticas definidas por cada grupo y sus respectivos programas, como es el caso de la toma de decisiones, el plan de vida, y la comprensión de las leyes y derechos que amparan a las mujeres.

En este punto se estima además que "Mujeres en la Radio" coadyuvó a la toma de conciencia sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad y la imagen de la mujer en los medios masivos tanto análogos como digitales. El que las jóvenes produjeran sus propios contenidos también fue una experiencia pedagógica, puesto que las jóvenes reconocieron la importancia de la investigación y del manejo de la información, asumieron responsabilidades de manera individual y colectiva, hicieron un análisis crítico del discurso de los medios tradicionales y cuestionaron los estereotipos de género presentes no solo en la radio, también en la prensa y la televisión.

Si bien es cierto que la comunicación con enfoque de cambio social no se centra en los cambios individuales, tampoco los excluye, en el caso del Proyecto, es claro que las jóvenes asumen una postura crítica ante las normas sociales, lo que lleva a considerar que la iniciativa

contribuye a los procesos de análisis y comprensión de las problemáticas que impiden el ejercicio de los derechos de las mujeres, y las impulsa a actuar de forma individual y colectiva hacia el cambio.

11. Conclusiones y recomendaciones

En Conclusión, los resultados de la investigación revelan que la iniciativa "Mujeres en la Radio" genera cambios en la agencia personal y empoderamiento de mujeres de 17 a 24 años, promueve factores como la autodeterminación y control, así como la toma de decisiones, la planificación de actividades, la expresión de opiniones y el conocimiento sobre leyes y derechos que amparan a las mujeres.

Malhotra, Schuller y Boander (2002) sugieren que el empoderamiento de las mujeres debe ocurrir en seis dimensiones específicas: psicológica, económica, sociocultural, familiar / interpersonal, legal y política, teniendo en cuenta lo anterior y a partir de los hallazgos de esta investigación se considera que el proyecto "Mujeres en la Radio" trabajó la dimensión psicológica del empoderamiento e indicadores de los subdominios de familia y comunidad (autoestima; auto-eficacia; bienestar psicológico; conciencia colectiva de la injusticia y potencial de movilización); sin embargo, cabe resaltar que esta dimensión no funciona de manera separada, puede relacionarse con otras dimensiones, es posible, por ejemplo, que la dimensión psicológica desencadene procesos de empoderamiento en una dimensión familiar/interpersonal o social/cultural.

Por otro lado, teniendo en cuenta que empoderamiento puede producirse en tres niveles: individual, organizacional y comunitario (Zimmerman 2000), se concluye de acuerdo con los resultados de la investigación, que la intervención generó cambios en el empoderamiento de las jóvenes a nivel individual y organizacional.

Con respecto al nivel individual, se identifica que las mujeres experimentaron procesos de aprendizaje de habilidades para la toma de decisiones, manejo de recursos y sentido de control, y como resultados del empoderamiento, el sentido de control, la conciencia crítica y el trabajo con los demás. En cuanto al nivel organizacional, se identifica que las jóvenes experimentaron procesos de liderazgo compartido, responsabilidades compartidas y participación en la toma de decisiones, y como resultados del empoderamiento, la competencia efectiva en un manejo de recursos.

11.1. Limitaciones

La investigación se limita en cuanto a la muestra de la población ya que esta corresponde a un sector específico: mujeres, con edades entre los 17 y 24 años de edad, de estratos 1, 2 y 3 de Barranquilla; además, se identificó al inicio del Proyecto que estas jóvenes son conscientes de la importancia de emplear su tiempo en actividades productivas, han reflexionado sobre sus capacidades y desean demostrarse a sí mismas y a los demás que pueden realizar cualquier actividad ajena a su formación académica o profesional. Por ende, de acuerdo a los resultados obtenidos, estos podrían ser generalizables solo a mujeres jóvenes que comparten características similares a las anteriormente mencionadas, más no a todas las jóvenes de la ciudad; sin embargo, de acuerdo a los objetivos y metodología de nuestra investigación, esta muestra sí aporta a la sistematización de experiencias de Comunicación para el Cambio Social, al igual que a la identificación y análisis de posibles cambios en la agencia personal y empoderamiento de mujeres que se vinculan a procesos de radio participativa en Barranquilla.

Por otra parte, se considera que existen limitaciones en cuanto a la adaptación de la Escala ESAGE que, aunque fue validada por la investigadora, no ha sido diseñada para medir la agencia personal y empoderamiento de mujeres que participan en experiencias de comunicación con

enfoque de cambio social, además, se considera que dicha Escala podría generar una mínima tendencia a responder cada ítem a manera de autorreporte y no a partir de las capacidades de las jóvenes, situación que podría explicar el haber obtenido antes del Proyecto resultados más altos de los que se esperaba en relación a la agencia personal y empoderamiento de las mujeres, además del tipo de perfil de las jóvenes identificado en la investigación y que puedo influir en los resultados iniciales, en los cuales ninguna joven obtuvo un grado de agencia personal y empoderamiento bajo, sino medio y alto antes del proceso de "Mujeres en la Radio".

Por otro lado, dado que la Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE, es de frecuencia tipo ordinal, y se aplicó a una muestra inferior a 30, fue necesario utilizar estadística no paramétrica para hallar las diferencias significativas antes y después de la intervención, y este tipo de estadística puede no ser tan eficiente como la paramétrica.

Finalmente, se considera que el tiempo disponible para trabajar con las jóvenes durante el proyecto fue limitado, teniendo en cuenta que la mayoría de ellas son estudiantes de pregrado y debían cumplir horarios, lo que no permitió una retroalimentación de cada programa o actividad del Proyecto de manera conjunta sino por varios grupos en diferentes días o momentos.

11.2. Contribución

De acuerdo con la revisión de la literatura, este estudio es el primero realizado en Colombia que muestra los cambios en la agencia personal y empoderamiento en mujeres que se vinculan a experiencias de radio participativa en Barranquilla, más específicamente en jóvenes de estratos 1, 2 y 3, con edades entre los 17 y 24 años, lo cual aporta a la ampliación del conocimiento sobre la correlación entre la radio participativa y la agencia personal y empoderamiento de la mujer, así como a la sistematización de experiencias de comunicación con enfoque de cambio social.

Asimismo, el evaluar Mujeres en la Radio, a partir de una escala actitudinal (ESAGE) y desde la mirada de las involucradas (EP) es un aporte metodológico a los procesos de evaluación de experiencias que buscan evidenciar cambios o resultados.

De otro lado, se considera que la propuesta Mujeres en la Radio orientada hacia procesos participativos es un referente útil para organizaciones sin ánimo de lucro o entidades que promueven el empoderamiento femenino, al igual que para futuras experiencias o proyectos de comunicación con enfoque social, que buscan generar espacios de inclusión para las mujeres y aprendizaje dialogo y debate en los medios de comunicación.

No cabe duda que es necesario modificar todas las representaciones que restan importancia al papel de la mujer en la sociedad, su participación en puestos de poder y responsabilidad en distintos escenarios de la vida social, económica, política y cultural, a través de iniciativas o proyectos que contribuyan a la visibilidad de las mujeres como seres no pasivos, capaces de desarrollar sus habilidades y destrezas en cualquier contexto o situación, sin que esto represente un privilegio de una cuantas. De allí que la iniciativa "Mujeres en la Radio" sea una propuesta pensada desde una mirada social, que contribuye la igualdad entre los géneros y empoderamiento de a todas las mujeres y niñas, tal como lo establece el quinto objetivo de desarrollo sostenible propuesto por la Organización de Naciones Unidas (ONU). "Empoderar a las mujeres y niñas no solo es lo correcto, sino que además es una medida acertada desde el punto de vista económico y esencial para poner fin a la pobreza y promover la prosperidad compartida" (Banco Mundial, 2015).

Por otra parte, se sugiere la realización de investigaciones que propongan nuevas escalas de medición de la agencia personal y empoderamiento en mujeres, que puedan ser aplicadas en

poblaciones que se vinculan a experiencias de radio participativa o a cualquier tipo de proyecto de comunicación con enfoque de cambio social.

De igual forma, se recomienda llevar a cabo estudios de carácter cualitativo que permitan ampliar las razones por las que las jóvenes deciden participar en experiencias radiales, en los que se tenga en cuenta la influencia de los factores sociales, las motivaciones y las actitudes, así como el papel de los medios de comunicación en el proceso de decisión de vinculación y apropiación de un medio masivo.

Finalmente, los futuros estudios también podrían abordar la investigación sobre los cambios en la agencia personal y empoderamiento en mujeres que se vinculan a procesos de radio participativa, con otras características de población, por ejemplo, mujeres mayores de 25 años o menores de 17, de estratos 4, 5 y 6 o mujeres que conviven con sus parejas. De esta forma no solo se ampliaría el conocimiento sobre la radio participativa y el empoderamiento femenino, sino también podrían compararse con los resultados encontrados en esta investigación e identificar puntos en común o diferencias en los cambios evidenciados.

12.Bibliografía

Acuña, E y De la Torre, L. (sin fecha). Estadística no Paramétrica. Universidad de Puerto Rico. Recuperado de: https://goo.gl/IB1hto

Alsop, R., Bertelsen, M., Holland, J. (2006) Empowerment in Practice From Analysis to Implementation (Washington DC, The World Bank)

Alkire, S. (2005). Subjective quantitative studies of human agency. *Social Indicators Research*, *74*(1), 217-260.

Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on psychological science*, *1*(2), 164-180.

Barlett, A. (2004) Entry Points for Empowerment (CARE Bangladesh)

Batliwala, S. "El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción", en León, M. (comp.): Poder y empoderamiento de las mujeres. Santafé de Bogotá: TM Editores.

Banda, A. L. y Morales, M. A. (2015). Empoderamiento psicológico: un modelo sistémico con componentes individuales y comunitarios. Revista de Psicología de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 33, (1), 3-10

Beltrán, H. (2012). Radio Sutatenza: un modelo colombiano de industria cultural y educativa. *Boletín Cultural y Bibliográfico*, *46*(82), 4-41.

Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, *4*(8), 53-76.

Bethencourt y Carrillo, M. (2014) Mujeres, empoderamiento y transformaciones socioeconómicas y políticas. Caso municipio Valdez, estado Sucre. Revista Cuadernos del Cendes. Vol 31. No 35

Buelga, S. (2007). El empowerment: la potenciación del bienestar desde la psicología comunitaria. En M. Gil (Dir), Psicología y Bienestar: una aproximación interdisciplinar (pp. 154- 173). Universidad: Zaragoza

Buvinic, M., & Roza, V. (2004). La mujer, la política y el futuro democrático de América Latina. Inter-American Development Bank. ISO 690

Caicedo, S. y Solarte-Pazos, L. (2015). Empoderamiento de mujeres de una ONG colombiana. Un estudio de caso simple. Revista Administración Pública. Vol 49. No 6.

Can, C., Elia, M. S., Gurri García, F. D., Molina Rosales, D. O., & Schmook, B. (2007).

Fuentes de ingreso y empoderamiento de las mujeres campesinas en el municipio de Calakmul, Campeche. *Política y cultura*, (28), 71-95.

Caputto, L. (2008). La mujer en Colombia: educación para la democracia y democracia en la educación. Educación y Desarrollo Social, 2(1), 112-121.

Cardona, A. M. S. (2003). Diseños cuasi experimentales. Recuperado de: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/renacip/disenos_cuasiexperimentales.pdf

Casique, I. (2006). ¿Cuándo puedo decir no? Empoderamiento femenino y sexo no deseado en México. *Estudios demográficos y urbanos*, 49-81.

Chambers, R. (1993) Challenging the professions: frontiers for rural development (London, Intermediate Tecnology Publications) xvi, 143 p.

Chocarro Marcesse, S., & María, A. M. R. (2007). Nosotras en el país de las comunicaciones: Miradas de mujeres.

Comunicación para el Cambio Social. Documento programático e informe sobre una conferencia (enero,1999). Denise Gray-Felder y James Deane. Nueva York, EUA: Rockefeller Foundation.

Communication for Social Change Consortium (2003), Communication for Social Change: Listening, Learning, Local Voices Leading Change, New York, cfsc.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 16(3), 297-334.

Corrales, F y Hernández, F. La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación [Versión electrónica], Razón y Palabra.

Davies, R., & Dart, J. (2005). The 'most significant change'(MSC) technique. A guide to its use.

Delgado-Piña, D., Zapata-Martelo, E., Martínez-Corona, B., & Alberti-Manzanares, P. (2010). Identidad y empoderamiento de mujeres en un proyecto de capacitación. Ra Ximhai, 6(3), 453-467.

Del Valle, C. (2007). Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina.

En Redes.com, No. 4. Universidad de Sevilla. Pp. 113 – 130. En http://www.comunicacionysaberescriticos.cl/Publicaciones/publicacion_centro_005.pdf

Di Silvestre, C. (2008). Metodología cuantitativa versus metodología cualitativa y los diseños de investigación mixtos: conceptos fundamentales. *Departamento de Salud Pública y Epidemiología, Facultad de Medicina, Universidad de los Andes.*

Dietz, T. & Burns, T. (1992) Human Agency and the Evolutionary Dynamics of Culture, Acta Sociologica, 35, pp 187-200.

Do, M., & Kurimoto, N. (2010). Womens empowerment and choice of family planning methods.

Escobar, J., & Bonilla-Jimenez, F. I. (2009). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*, *9*(1), 51-67.

Erazo, M., Jiménez, M., & López, C. (2014). Empoderamiento y liderazgo femenino; su papel en la autogestión comunitaria en el corregimiento El Hormiguero-Valle del Cauca. *Avances en psicología latinoamericana*, *32*(1), 149-157.

Espino, A. (2007). Género y pobreza: discusión conceptual y desafíos. *Revista de estudios de género: La ventana*, *3*(26), 7-40.

Estrada, F., Hernández-Girón, C., Walker, D., Campero, L., Hernández-Prado, B., & Maternowska, C. (2008). Uso de servicios de planificación familiar de la Secretaría de Salud, poder de decisión de la mujer y apoyo de la pareja. *salud pública de méxico*, *50*(6), 472-481.

Facio, A. (2002). Con los lentes del género se ve otra justicia. El otro derecho, 28, 85-102.

Faus, Á. (2001). Reinventar la radio. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (74).

Fernández Romero, D. (2008). Gramáticas de la publicidad sobre violencia: la ausencia del empoderamiento tras el ojo morado y la sonrisa serena.

Figueroa, M., Kincaid, D.L., Rani, M. & Lewis, G. (2002). Communication for social change: an integrated model for measuring the process and its outcomes. Communication for social change working papers series. New York: The Rockefeller Foundation and Johns Hopkins University Center for Communication Programs.

Friedman, John (1992). *Empowerment. The Politics of Alternative Development*, Massachusetts, Blackwell Ed.

Fries, L. (2000). Los derechos humanos de las mujeres: aportes y desafíos. Las fisuras del patriarcado, Reflexiones sobre Feminismo y Derecho, 45.

Fundación ideas para la paz, (2015). *Comportamiento de la violencia de pareja. Colombia 2015*. [online] Recuperado de: http://www.medicinalegal.gov.co/documents/88730/3418907/5.+VIOLENCIA+DE+PAREJA.pdf/03de1fd1-092d-495f-99d3-1aacee2991c6

Garcés Montoya, A., & Jiménez García, L. (2016). Comunicación para la movilización y el cambio social (1st ed.). Medellín: Universidad de Medellín.

Global Media Monitoring Project. (2015). Working Paper, disponible en www. whomakesthenews.org/gmmp-2015

Grupo Centro de Referencia Nacional sobre Violencia Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses, (2015). Exámenes médico legales por presunto delito sexual. Colombia,2015. [online] Recuperado de: http://www.medicinalegal.gov.co/documents/88730/3418907/6.+VIOLENCIA+SEXUAL.pdf/6c8bff03-1ec8-4c24-955a-393e28255398

Guglielmone, I. (2009). El oyente comprometido: las radios participativas en América Latina. Groupe De Recherches Et D'estude Sur La Radio.

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo [Versión electrónica], Signo y pensamiento, 26-39.

Gumucio, A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Revista investigación y desarrollo*, *1*.

Hanmer, L., & Klugman, J. (2016). Exploring Women's Agency and Empowerment in Developing Countries: Where do we stand?. *Feminist Economics*, *22*(1), 237-263.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. (3ª ed.). México: Editorial Mc Graw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2007). Metodología de la Investigación. (4ª ed.). México: Editorial Mc Graw-Hill.

Hoinle, B., Rothfuss, R., & Gotto, D. (2013). Empoderamiento espacial de las mujeres mediante la Economía Solidaria. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, *10*(72).

Ibrahim, S y Alkire, S. 2007. Agency & Empowerment: A proposal of internationally comparable indicators. Oxford Poverty and Human Development Initiative (OPHI), University of Oxford and Institute of Development Studies (IDS), University of Sussex. Working Paper, disponible en www.ophi.org.uk

Kabeer, N. (2001). Reflections on the measurement of women empowement – Theory and Practice, in: Discussing women’s empowerment – theory and practice. (stockholm, Novum Grafiska AB)

Kabeer, N. (2013). Paid work, women's empowerment and inclusive growth.

Kabeer, N. (1999) Resources, Agency, Achievement: Reflections on the Measurement on the Women`s Empowerment. Development as Change, 30 (3), pp. 435-464

Khader, S. J. (2014). Empowerment Through Self-Subordination?. *Poverty, Agency, and Human Rights*, 223.

Khan, M. R., & Ara, F. (2006). Women, participation and empowerment in local government: Bangladesh union Parishad perspective. Asian Affairs, 29(1), 73-92.

Klein, E. (2014). Psychological agency: Evidence from the urban fringe of Bamako. *World Development*, *64*, 642-653.

LEÓN, Magdalena. Empoderamiento: Relaciones de las Mujeres con el Poder. Estudos Feministas, Florianópolis, v. 8, n. 2, p. 191, jan. 2000. ISSN 0104-026X. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11935>.

López, M. (2006). La radio por Internet: La radio sin fronteras. *Razón y palabra*, *49*, 53-60.

Malhotra, A., Schuller, S.R. y Boendedr, C. (2002) Measuring Women's empowerment as a variable in international development.

Martínez-Lirola, M. (2010). Explorando la invisibilidad de mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación/Exploring the Invisibility of Women from Different Cultures in Society and in the Mass Media. *Palabra-Clave*, *13*(1), 161-173.

Mateos, R., Gimeno, N., Martínez, M., Quintana, D., López, L., Mielgo, M., Saa, P., y Saco, M. (2007). La Presencia de Estereotipos en los Medios de Comunicación: Análisis de la Prensa Digital Española.

Mendivil Calderón, C; Racedo Durán, Y.; Meléndez Solano., K.; Rosero Molina, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 11-23

Meza Ojeda, Alejandro; Michel Kauffer, Edith; Ramos Muñoz, Dora Elia; Tuñón Pablos, Esperanza; (2002). "Progresa" y el empoderamiento de las mujeres: estudio de caso en Vista Hermosa, Chiapas. *Papeles de Población*, enero - marzo, 67-93.

Montero, M. (*2003*). *Teoría* y *práctica* de la *Psicología*. *Comunitaria*: la *tensión* entre *comunidad* y*sociedad*. *Buenos Aires*: *Paidós*. *Montero, M*. (2004)

Mostafa, K. (2011). Women's Autonomy as a Determinant of Contraceptive Use and Method Choice among Women in Bangladesh, 27.

Musitu, G., & Buelga, S. (2004). Desarrollo comunitario y potenciación (empowerment). *Introducción a la psicología comunitaria*, *167193*.

Narayan, D. and Petesch, P., 2007, 'Agency, Opportunity Structure and Poverty Escapes', in Narayan, D. and Petesch, P, Moving Out of Poverty, World Bank, Washington DC, pp 1-44

Narayan, D. 2002. Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook. The World Bank

Newman, L., & Dale, A. (2005). The role of agency in sustainable local community development. *Local environment*, *10*(5), 477-486.

Novo, A. (2010). El camino hacia el empoderamiento político de las mujeres. Estudos Feministas, 681-702.

Oackley, A. y Clayton, A (2000). The monitoring and evaluation of empowerment, a resource document. Ocassional Papers Series No 26.

Obregon, R. (2009). Comunicación, desarrollo y cambio social [Versión electrónica], Portalcomunicacion.com, 4,7.

Pérez, M., & Vega, J. (2010). Memorias de organizaciones juveniles, comunicación e identidades políticas. Estudio de caso del Colectivo Pasolini en Medellín. Pensar la Comunicación II. Reflexiones y resultados de investigación. Medellín: Sello editorial Universidad de Medellín, 149-169.

Pick, S., Sirkin, J., Ortega, I., Osorio, P., Martínez, R. & Xocolotzin, U. (2007). Escala para medir las Capacidades de Agencia Personal y Empoderamiento (ESAGE). Revista Latinoamericana de Psicología, 41, 295-304.

Pick, S., García, R. G. & Leenen, I. (2011). Modelo para la promoción de la salud en comunidades rurales a través del desarrollo de agencia personal y empoderamiento intrínseco. Universitas Psychologica, 10 (2), 327-340.

Ponce, L. H., Rodríguez, J. C., & Mercado, C. G. (2010). La posibilidad del cambio social aproximación psicosocial a los conceptos de agencia, empoderamiento y participación. *Revista temas de coyuntura*, (62).

Pollack, S. (2000). Reconceptualizing women's agency and empowerment: Challenges to self-esteem discourse and women's lawbreaking. Women & Criminal Justice, 12(1), 75-89.

Powell, T.J. (1990). Working with self-help. Silver Spring MD: National Association of Social Workers.

Radios Mineras - Bolivia. (2017). The Communication Initiative Network. Recuperado el 5 de mayo 2017, de http://www.comminit.com/node/150017

Rowlands, J. 1997. “Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el desarrollo”, en León, M. (comp.): Poder y empoderamiento de las mujeres. Santafé de Bogotá: TM Editores.

Roy, S. (2008). Female empowerment through inheritance rights: evidence from India. London School of Economics, London.

Samman, E., & Santos, M., (2009). Agency and Empowerment: A review of concepts, indicators and empirical evidence. Oxford Poverty and Human Development Initiative (OPHI), University of Oxford and Institute of Development Studies (IDS), University of Sussex. Working Paper, disponible en www.ophi.org.uk

Sen, A. (1985). Well-Being, Agency and Freedom: The Dewey Lectures 1984. *The Journal of Philosophy*, *82*(4), 169-221.

Servaes, J. (2000). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. *Temas y problemas de Comunicación*, *8*(10), 7-217.

Servaes, J., & Malikhao, P. (2012). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?. *Revista De Estudios Para El Desarrollo Social De La ComunicaciónN*, *1*(4). doi:10.15213/redes.n4.p

Silva, C. & Martínez, ML (2004). Empoderamiento: proceso, nivel y contexto. Psykhe, 13(2), 29-39.

Soengas Pérez, X. (2013). Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital.

Soler, P., Plannas, A., Ciraso-Cali, A., & Ribot-Horas, A. (2014). Empoderamiento en la comunidad. Un sistema abierto de indicadores a partir de procesos de evaluación participativa.

Speer, P. W. & Hughey, J. (1995). Communityorganizing: An ecologicalroute to empowermentandpower. American Journal ofCommunityPsychology,23(5), 729-764

Tomaševski, K. (2004). Los derechos de las mujeres: de la prohibición a la eliminación de la discriminación.

Uranga, W. (2006). El cambio social como acción transformadora. En A. Enz, R. Fantin e I. Laharrague (Eds.). Comunicación para el cambio social (pp. 3946). Buenos Aires: La Crujía.

Valencia, J. C., & Magallanes, C. (2015). Prácticas comunicativas y cambio social: potentia, acción y reacción.

Waisbord, S. (2001). Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo. *Preparado para la Fundación Rockefeller*.

Welzel, C., & Inglehart, R. (2010). Agency, values, and well-being: A human development model. *Social indicators research*, *97*(1), 43-63.

World Bank (2001) World Development Report: Attacking Poverty (New York, Oxford University Press)

World Bank. (2011). *World development report 2012: gender equality and development*. World Bank Publications.

Zapata, G. (2013). Autodeterminación y liderazgo Dos conceptos que apoyan el empoderamiento de la persona con discapacidad (1st ed.). La Paz, Bolivia. Recuperado de: http://cdn.agilitycms.com/waccglobal/Images/Galleries/MULTI_YEAR_PROJECTS/bolivia/1Autodeterminacion-y-liderazgo.pdf

Zimmerman, M. (1995). Psychologicalempowerement: Issuesand illustrations. AmericanJournal of Community Psychology,23, (5), 581-599

Zimmerman, M. (2000). Empowermenttheory. En J. Rappaport& E. Seidman (Eds). Handbookofcommunity psychology(pp. 43-63). New York, NY:Kluwer

13.Anexos

13.1 Registro fotográfico del Proyecto

13.1.1 Prueba piloto Escala ESAGE

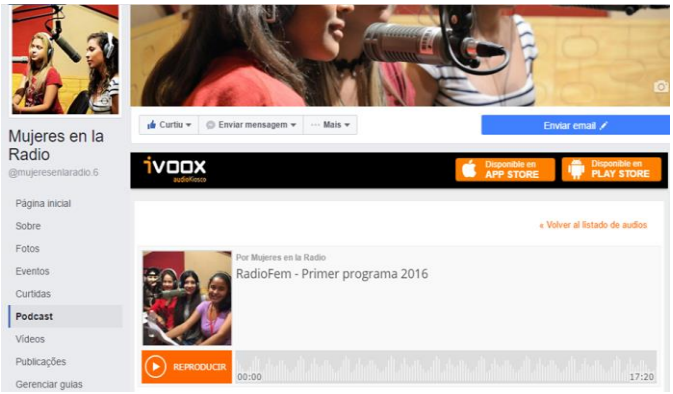
Participantes prueba piloto Escala ESAGE

13.1.2 Talleres de producción radiofónica

Sesiones de trabajo, talleres de producción radial

13.1.3 Logo y camiseta del Proyecto Mujeres en la Radio

13.1.4 Redes sociales Mujeres en la Radio



Página en Facebook

Perfil en Instagram

13.1.5 Sesiones de trabajo y grabación de los programas radiofónicos

Integrantes del Programa Girls Time

Integrantes del Programa Infórmate en la U

Integrantes del Programa RadioFem

Integrantes del Programa Típicamente

Integrantes del Programa WonderWoman

Integrantes del Programa Voces Femeninas

13.1.6 Visitas a medios de comunicación local

Periódico El Heraldo

Emisora la Voz de la Costa

Emisora Minuto de Dios

Periódico El Heraldo

Emisora la Voz de la Costa

Emisora Minuto de Dios

13.1.7 Sesión en vivo con Vokaribe Radio Comunitaria

Sesión en vivo en la Universidad de la Costa CUC

13.1.8 Socialización de la experiencia "Mujeres en la Radio" en la Cátedra UNESCO 2016, Universidad Javeriana de Bogotá

Ponencia Cátedra UNESCO 2016

Ponencia Cátedra UNESCO 2016

13.2. Escala Para Medir Agencia Personal y Empoderamiento ESAGE

ESCALA PARA MEDIR AGENCIA PERSONAL Y EMPODERAMIENTO - ESAGE

Para cada una de las siguientes afirmaciones, por favor marque con una "X" la respuesta que mejor la caracterice: nunca, casi nunca, casi siempre o siempre. No existen respuestas correctas o incorrectas, solo trate de contestar con la mayor honestidad posible con base en lo que usted realmente hace, piensa y siente.

Ejemplo:

*Si a usted siempre le gusta compartir con su familia y amigos

Afirmación	Nunca	Casi nunca	Casi Siempre	Siempre
Me gusta compartir con mi familia y amigos				X

No.	Afirmación	Nunca	Casi nunca	Casi Siempre	Siempre
1	Me es difícil expresar mi opinión públicamente				
2	Me siento inseguro con mis decisiones				
3	Dejo las cosas a medias				
4	Tengo iniciativa para hacer las cosas				
5	Me cuesta trabajo terminar lo que estoy haciendo				
6	Me es difícil saber que esperar de la vida				
7	Exijo mis derechos, aunque otros no estén de acuerdo				
8	Busco la solución a mis problemas, aunque otros me digan que no hay				
9	Me da pena equivocarme				
10	Cumplir con mis planes está fuera de mi control				
11	Cuando tengo un problema, se lo que necesito para solucionarlo				
12	Me da pena hablar en público				
13	Tapo mis errores para que nadie se dé cuenta				
14	Encuentro soluciones novedosas a problemas difíciles				
15	Me desespero ante situaciones difíciles				
16	Me gusta planear mis actividades				
17	Siento que tengo poco control sobre lo que me pasa				
18	Hago menos cosas de las que soy capaz				
19	Me siento incapaz de cumplir con lo que me propongo				

No.	Afirmación	Nunca	Casi nunca	Casi Siempre	Siempre
20	Me es difícil saber con quién cuento				
21	Siento que tengo poco control sobre lo que me pasa				
22	Solo le echo ganas a lo que es fácil				
23	Le doy demasiada importancia a las opiniones de los demás				
24	Me da miedo que me elogien				
25	Me gusta tener responsabilidades				
26	Me quejo con las autoridades cuando hay un abuso				
27	Es mejor tomas decisiones que esperar a ver lo que pasa				
28	Sé por qué me pasan las cosas				
29	Me gusta ser el primero en hacer cosas nuevas				
30	Me es fácil tomar decisiones				
31	Hago lo que creo que es mejor para mi sin importar lo que otros crean				
32	Me da pena cobrar lo que me deben				
33	Tengo que aguantarme la vida que me tocó				
34	Conozco las leyes de mi país				
35	Pienso que el mundo lo dirigen quienes tienen poder				
36	En mi colonia / comunidad ayudo a resolver los conflictos que se presentan				
37	En mi colonia / comunidad participo en las asambleas o juntas vecinales				
38	Opino sobre lo que debe hacerse para mejorar mi colonia / comunidad				
39	En mi colonia / comunidad conozco las autoridades que me representan				
40	Sé cuáles son los problemas de mi colonia/ comunidad				
41	Me quedan muy claros los planes que el gobierno tiene para mi colonia / comunidad				
42	Quiero lograr cambios en mi colonia/comunidad				

13.3. Evaluación Participativa (EP)

MUJERES EN LA RADIO
TALLER DE CIERRE

1. Establezca una línea de tiempo sobre momentos significativos de su participación en **Mujeres en la Radio,** a partir de tres momentos: un antes, un durante y un después de su participación. A continuación, se explica cada momento, por favor diligencie lo solicitado en el recuadro **LINEA DE TIEMPO.**

Un antes:

El antes hace referencia a las situaciones que la persona identifica como relevantes en su vida y que tuvieron como consecuencia el hecho de que llegara a vincularse a Mujeres en la Radio. El recuerdo del momento específico en que la persona decide vincularse al proyecto (puede ser una reunión, una invitación, un encuentro…) Es importante enfatizar en que de lo que se trata es identificar **situaciones específicas** (por ejemplo, haber estudiado una carrera, haber participado en un grupo, la relación con alguna persona en particular), **no se trata de opiniones, ni de interpretaciones,** que no hagan específicamente referencia a situaciones. Para esta ocasión identifique entre tres a cinco situaciones máximo.

El durante: hace referencia a las situaciones que tienen mayor significación y valoración personal durante la participación en Mujeres en la Radio. Pueden ser actividades del proyecto, aprendizajes específicos, valoraciones externas, interacción con otros actores, etc. Se supone que estas estas situaciones son las que han marcado de manera directa, tienen mayor recordación y significación

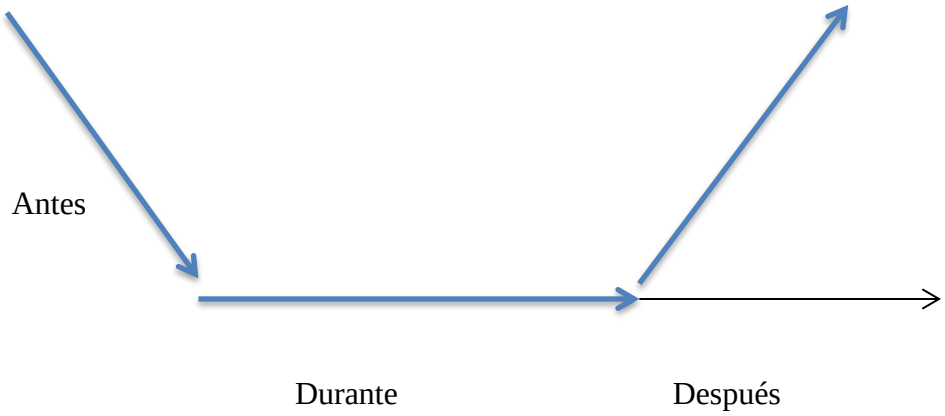
del total de las ocurridas durante el proyecto. Para esta ocasión identifique de tres a cinco situaciones de mayor significación durante la experiencia Mujeres en la Radio.

El después:

Hace referencia a situaciones que las personas han vivido e identifican como consecuencia de su participación en el proyecto. Pueden ser decisiones personales, participación en acciones, decisiones colectivas, etc. Las mismas pueden ir bien sea a favor de la vida personal como de los procesos relacionados con el propósito de Mujeres en la Radio. Identifique entre tres a cinco situaciones máximo.

LINEA DE TIEMPO

ANTES	DURANTE	DESPUÉS
¿Cuáles fueron los momentos clave en su vida que les llevaron a vincularse al Proyecto Mujeres en la Radio?	¿Cuáles fueron los momentos significativos para ustedes durante la implementación del Proyecto?	¿De acuerdo con su criterio, qué ha cambiado (personalmente y en su institución) después de la Estrategia?



Criterios de respuesta:

- Vamos a recordar hechos o momentos, sin reflexionar, sin opinar sobre el hecho, sólo describir.
- Elegir únicamente entre 5 y 6 momentos entre el antes y el durante
- Escoger los momentos especiales, es un trabajo individual
- Plenaria del antes, luego plenaria del durante y luego plenaria del después.
- Reflexión sobre los cambios y posibilidades que tienen a futuro.

2. Responda las siguientes preguntas de acuerdo a su experiencia, recuerde que no hay preguntas buenas o malas. Agradecemos total honestidad al contestar.

- ¿Qué cambios identifica en su habilidad para expresar opiniones y hablar en público, como resultado de este proyecto?
- ¿Qué cambios importantes han ocurrido en su proceso de planificación de actividades y proyecto de vida, como resultado de este proyecto?
- ¿Cuáles situaciones de las vividas durante el proyecto se relacionan con aprendizajes sobre la toma de decisiones?
- ¿Cuáles situaciones de las vidas durante el proyecto se relacionan con aprendizajes sobre derechos de las mujeres y mecanismos de defensa?